

**АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН  
ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ  
42.03.01 «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»  
(ПРИКЛАДНОЙ БАКАЛАВРИАТ)**

**Б1.Б. Базовая часть**

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.Б.1. Русский язык и культура речи**

**Цели освоения дисциплины:** обеспечить повышение уровня языковой и коммуникативной компетенции будущих специалистов в области рекламы и связей с общественностью, способствовать формированию языковой личности, владеющей системой норм современного русского литературного языка и умеющей пользоваться всем богатством имеющихся в языке средств в разных сферах и ситуациях общения.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

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

**Место дисциплины в структуре ОП.** Данная учебная дисциплина входит в раздел «Б.1.Б. Базовая часть» ФГОС по направлению подготовки ВО «Реклама и связи с общественностью». Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в результате обучения в средней общепрофессиональной школе. Для получения компетентностно ориентированных результатов необходимо знать правила орфографии и пунктуации, теорию фонетики, словообразования, морфологии и основы синтаксической теории.

**Содержание дисциплины:** Современный русский язык и литературная норма. Лексический уровень в языке. Системные отношения в лексике. Синтаксические единицы и синтаксические отношения. Функционально-

стилевая неоднородность русского языка. Культура речи. Критерии культуры речи. Речевой этикет. Орфографический и пунктуационный практикум.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.Б.2. Иностранный язык**

**Целями** освоения учебной дисциплины «Иностранный язык» являются:

- повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования;
- овладение студентами необходимым и достаточным уровнем владения иностранным языком для решения социально-коммуникативных задач как в различных областях профессиональной, научной, культурной и бытовой сфер деятельности, при общении с зарубежными партнерами, так и для дальнейшего обучения в магистратуре и аспирантуре и проведении научных исследований в заданной области.

Основные учебные **задачи** курса иностранного языка состоят в:

- обучении студентов чтению и переводу иноязычных текстов профессиональной направленности;
- ориентировании студентов в психологическом плане на понимание иностранного языка как внешнего источника информации и иноязычного средства коммуникации, усвоении и использовании иностранного языка для выражения собственных высказываний и понимания других людей;
- подготовке студентов к естественной коммуникации в устной и письменной формах иноязычного общения,
- развитию у студентов представления об иностранном языке как средстве получения, расширения и углубления системных знаний по избранной специальности и самостоятельного повышения дальнейшей своей профессиональной квалификации;
- закреплении умений и навыков по всем видам речевой деятельности;

– накоплении и активизации лексического и терминологического вокабуляра;

– развитию навыков работы с научным текстом (различные виды чтения, написание эссе, аннотации, рефератов, составление развернутых планов и краткой записи);

– развитию навыков аудирования (умение понимать монологические и диалогические высказывания по темам, связанным с избранным профилем студентов и др.);

– развитию навыков устного и письменного общения на профессиональные темы.

Конечная цель обучения – формирование у обучаемых способности и готовности к профессиональному общению на иностранном языке, что обуславливает коммуникативную направленность курса иностранного языка для избранной специальности гуманитарного профиля. Достижение этой цели обеспечивается компетентностным и личностно-деятельностным подходами к организации и осуществлению учебного процесса по иностранному языку, главное внимание в котором акцентируется на формировании всех видов компетенций, от которых зависит успешность и эффективность устной и письменной профессиональной коммуникации.

**Место учебной дисциплины в профессиональной подготовке выпускника.** Учебная дисциплина входит в раздел «Б.1.Б. Базовая часть» ФГОС по направлению подготовки ВО «Реклама и связи с общественностью». Специальные требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента не предусматриваются, однако для определения уровня изучения дисциплины на кафедре в целом и в отдельных учебных группах рекомендуется проводить входное тестирование или собеседование для определения исходного уровня коммуникативной компетенции обучающихся.

В системе обучения студентов гуманитарных специальностей курс «Иностранный язык» тесно связан с дисциплинами, изучаемыми на

выпускающей кафедре. Это обеспечивает практическую направленность в системе обучения и соответствующий уровень использования иностранного языка в будущей профессиональной деятельности.

Таким образом, «Иностранный язык» становится рабочим инструментом, позволяющим выпускнику постоянно совершенствовать свои знания, изучая современную иностранную литературу по соответствующей специальности. Наличие необходимой коммуникативной компетенции дает возможность выпускнику вести плодотворную деятельность по изучению и творческому осмыслению зарубежного опыта в профилирующих и смежных областях науки и техники, а также в сфере делового профессионального общения.

**Планируемые результаты.** В процессе изучения учебной дисциплины студенты должны овладеть общекультурными компетенциями:

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

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.Б.3. Отечественная история**

**Цель дисциплины** — изучение основных событий истории России, закономерностей исторического развития, понимание взаимосвязей различных сфер жизни общества, развитие умения анализа исторических событий, определение собственной точки зрения на события прошлого и настоящего.

В образовательном процессе изучение истории России значительно влияет не только на развитие личности студента, но и на формирование его гражданского сознания, собственной позиции, патриотическое воспитание учащихся.

Целью изучения дисциплины является исследование полной и объективной картины истории России в рамках мирового исторического

процесса, формирование научного исторического мировоззрения, развитие мышления студентов.

Учебной целью дисциплины История является освоение основных фактов, событий из прошлого и настоящего нашей страны, умение выделять преемственность и взаимосвязь этих фактов, создание теорий и собственных оценок исторического материала, понимание объективных исторических закономерностей развития общества.

Воспитательной целью изучения дисциплины История является формирование патриотизма, гордости за страну, за свой народ, осознание причастности к великому историческому прошлому России, воспитание ответственности за сегодняшние события, происходящие в нашей Родине. История позволяет не только дать оценку прошлому, но и через анализ исторических фактов, тенденций осознать место человека в современном мире, его роль – и как представителя глобальной мировой цивилизации, и как гражданина государства Российская Федерация.

**Планируемые результаты.** В результате освоения учебной дисциплины История студенты должны овладеть общекультурными и профессиональными компетенциями:

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

**Место дисциплины в структуре образовательного процесса.** Учебная дисциплина входит в раздел «Б.1.Б. Базовая часть» ФГОС по направлению подготовки ВО «Реклама и связи с общественностью», квалификация — бакалавр.

Дисциплина изучается студентами на начальном этапе обучения, в первом семестре, относится к числу базовых дисциплин. История занимает важное место в системе подготовки бакалавров. История включена в предметы социально-гуманитарного цикла, поэтому изучение дисциплины помогает при освоении других предметов этого ряда: всемирной истории,

истории цивилизаций, культурологии, философии, политологии, социологии, экономики, психологии и других. Указанные дисциплины базируются на изучении Истории и должны быть логически взаимосвязаны с Историей.

В структуре образовательного процесса Отечественная история занимает особое место, так как эта дисциплина не только дает основные знания о прошлом и настоящем нашего общества, государства, тенденциях современного развития, но и помогает разобраться в сложной современной политической ситуации, формирует мировоззрение человека и гражданина, освоение и культурное восприятие сложных реалий нашего мира.

**Содержание учебной дисциплины.** Образование Древнерусского государства. Развитие Руси в IX – XV вв. Развитие Русского государства в XVI – XVII вв. Российская империя XVIII – начало XX вв. Советский период. Российская Федерация на рубеже XX – XXI вв.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.Б.4. Культурология.**

**Цель** учебной дисциплины «Культурология». Культурология как интегративная дисциплина базовых дисциплин является необходимой составляющей профессиональной подготовки учащихся высших учебных заведений практически во всех областях человеческой деятельности.

Назначение курса состоит в том, чтобы дать целостное и принципиально новое видение проблем взаимоотношения человека с миром, философского осознания культуры с позиций всеобщего ее содержания и природы. Культурологическое знание представлено как результат теоретической деятельности, позволяющей определить общие основы многообразия фактов культуры, а также как исторический срез реального процесса развития культуры, функционирования ее стереотипов, мировосприятия и регулирующих норм. Актуальны прикладные социально-управленческие возможности культурологической теории для прогностического моделирования социокультурных процессов как

глобального, так и регионального уровня. Это создает возможности для регуляции социальной жизни в целом, управления многообразными сферами социокультурной практики, деятельности групп, коллективов, организаций и т.д.

Практическая цель состоит:

- в формировании широкого комплексного кругозора, позволяющего осуществлять решение познавательных и практических задач, находящихся на пересечении различных областей научного знания и сфер социокультурной практики,
- в развитии представлений о культуре как форме исторической жизни, ее порождении, социальной функции и языке,
- в выработывании у студентов мировоззренческих предпосылок для понимания различных культур и возможностей коммуникации с окружающим миром,
- в осознании себя субъектом культурного творчества.

Образовательная цель состоит:

- в осмыслении социокультурных процессов как целостности,
- в представлении о структуре и составе современного культурологического знания во все более усиливающихся связях с частными науками о культуре,
- в рассмотрении культурологии как современной интегративной области знания на стыке философии культуры, социологии культуры, культурной антропологии, этнологии, социологии и теологии культуры, имеющей свои научные школы, семиотического, историко-антропологического и философского направления, свои институты и главное свой предмет и объект изучения - культуру в общечеловеческих масштабах.

Воспитательная цель заключается в формировании интеллектуальной реакции, аналитического мышления, развитии системного подхода в понимании феномена культуры как сложной гетерогенной системы глубоко

связанных элементов, представляющих исторически сложившуюся естественную целостность, определяющих способы поведения в различных ситуациях социокультурной практики.

**Планируемые результаты.** В результате освоения учебной дисциплины История студенты должны овладеть общекультурными компетенциями:

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

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.Б.5. Психология**

**Цель дисциплины.** Преподавание и изучение учебной дисциплины направлены на профессиональную подготовку и развитие студентов, на овладение ими системой представлений о становлении, развитии, проявлении и функционировании высшей психики людей в деятельности, протекающей в производственных, страховых, торговых, банковских, рекламных, образовательных и иных организациях. Изучение учебной дисциплины студентами будет способствовать становлению их общего и профессионального мировоззрения, профессионально важных личностных свойств и качеств, глубокому овладению общекультурными компетенциями — ОК-7.

Учебная дисциплина способствует углублению и расширению базовой профессиональной подготовки студентов, а так же учитывает их образовательные потребности.

**Планируемые результаты.** В результате изучения учебной дисциплины студенты должны овладеть общекультурными компетенциями.

ОК-7 — способностью к самоорганизации и самообразованию/готовностью.

**Место дисциплины в структуре ОП.** Учебная дисциплина предназначена для студентов, обучающихся по ОП направления 42.03.01 — «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр». Она



изучается студентами очной формы обучения в 1 семестре и относится к циклу **базовых дисциплин**. Параллельно с данной учебной дисциплиной студенты изучают «Отечественную историю», «Русский язык и культуру речи», «Иностранный язык».

**Содержание учебной дисциплины.** Современные представления о предмете психологии. Высшие психические функции человека. Психика человека и деятельность. Общее представление о высших ощущениях и восприятии человека. Внимание, память, мышление, представления, воображение и речь как высшие психические процессы личности. Культура мышления личности. Самопознание личности. Основные направления развития представлений об эмоциях; назначение и виды эмоциональных процессов; эмоциональные состояния; экспериментальное исследование эмоций; потребности и мотивация; проблема мотивации в психологии деятельности; мотивация отдельных видов деятельности; эмпирические исследования мотивации. Психические состояния. Определение состояния. Роль и место состояний среди других психических явлений. Функции состояний. Классификация состояний. Диагностики состояний. Управление состояниями. Речь и речевая деятельность, язык и речь, виды речи, механизмы порождения и понимания речи; развитие речи в онтогенезе; вербальное и невербальное общение. Воля и волевые процессы. Понятие воли в психологии. Признаки волевых явлений. Произвольное и волевое. Воля как высший уровень регуляции. Волевые процессы и их изучение. Сознание и психика. Признаки и свойства сознания. Неосознаваемые явления в психике. Понятие личности в общей психологии. Индивид, субъект деятельности, личность, индивидуальность. Личность как предмет психологического исследования. Психические процессы, состояния и свойства. Свойства, структура и типология личности. Личность и деятельность. Общение личности с другими людьми. Личность и культурно-историческая среда. Личность и группа. Взаимодействие личности в группе.

Использование основных положений и методов психологии при решении социальных и профессиональных задач.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.Б.6. Философия**

**Цель учебной дисциплины «Философия».** Философия является одной из важнейших дисциплин в структуре социально-гуманитарного знания. Она является основой, теоретическим ядром мировоззрения и общей методологией познания и деятельности.

Философия не есть набор фактов, имен, сведений, которые надо просто знать и уметь воспроизвести (хотя это тоже желательно делать). В результате изучения философии меняется не только тезаурус человека, но меняется он сам. Его мировоззрение и мироощущение приобретают стройность, систематичность, цельность.

В процессе постижения мировой философской мысли, знакомства с ее тысячелетней удивительно интересной историей можно найти, открыть для себя такого мыслителя, школу, течение философии, взгляды которых на жизнь, человека, мир в целом отвечали бы вызовам, запросам современности.

Как известно, у многих людей есть любимые поэты, писатели, композиторы, священники, врачи и даже шоумены. Однако философы в этом списке отсутствуют. И это не случайно. Современный человек по большей части не живёт, а работает, не читает, а смотрит, развлекается, играет. У него нет времени и сил на размышление, поэтому он не думает, «не знает», а «верит», причём во всё, что угодно.

Из homo sapiens, «человека разумного» современный человек постепенно превращается в «человека играющего», в «человека-шоу», чья личность, индивидуальность исчезает, растворяется в «потоке коммуникаций».

Мы полагаем, что знакомство с философией поможет устранить (хотя бы частично) эти перекосы современной цивилизации.

Итак, *цель* дисциплины – сформировать у студентов систему философских взглядов, рационально-теоретическое мировоззрение.

**Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата.** Учебная дисциплина «Философия» предназначена для студентов, обучающихся по ОП направления подготовки 42.03.01 — «Реклама и связи с общественностью»), квалификация – «бакалавр».

Она изучается студентами очной формы во 2 семестре и относится к базовой части учебного плана.

Учебная дисциплина «Философия» содержательно и логически связана с другими учебными дисциплинами, изучаемыми студентами. Предшествуют освоению студентами данной дисциплины или идут параллельно с ней такие учебные дисциплины, как «Отечественная история», «История мировой литературы и искусства» и другие.

Философия является мировоззренческой и методологической дисциплиной и поэтому она во многом задает мировоззренческие и методологические ориентиры и основы всем последующим дисциплинам, в том числе и такой как «Экономика», «Социология» и другие.

Содержание учебной дисциплины «Философия» базируется на федеральном государственном образовательном стандарте высшего образования.

При разработке учебной программы использовались труды Алексева П.В. и Панина А.В., Зотова А.Ф., Разина А.В., Миронова В.В., Кохановского, Ильина В.В. и др.

**Планируемые результаты.** В результате изучения учебной дисциплины студенты должны овладеть общекультурными и профессиональными компетенциями.

ОК-1 — способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **Б1.Б.7. Экономика**

**Цель учебной дисциплины «Экономика».** Преподавание и изучение учебной дисциплины направлены на теоретическую и практическую подготовку студентов в овладении важнейшими категориями и законами микро и макроэкономики, уяснении принципов поведения экономических агентов и их взаимодействия в условиях рынка, овладении основными инструментами экономического анализа, включая использование базового математического аппарата.

Изучение учебной дисциплины студентами будет способствовать становлению их профессиональной подготовки и качеств, способности и готовности, прежде всего:

- освоить основополагающие принципы экономической теории, экономические законы для понимания происходящих тенденций развития макро- и микроэкономических процессов в стране;
- понимать основы экономического устройства общества, принципы и критерии его преобразования;
- разобраться в механизме регулирования рыночной, социально-рыночной экономики, социально-экономических подсистем;
- усвоить социально-экономический механизм политики государства, направленной на позитивные изменения в общественном хозяйстве (кредитно-денежная, бюджетная, антиинфляционная, социальная, внешнеэкономическая);
- сформировать системное мышление и адекватное восприятие экономических процессов.

Учебная дисциплина способствует углублению и расширению базовой профессиональной подготовки студентов при формировании знаний для освоения специальных дисциплин и даёт возможность отражать важнейшие теоретические проблемы в главных тенденциях мировой и отечественной экономики, а также учитывает их образовательные потребности.

**Планируемые результаты.** В результате изучения учебной дисциплины студенты должны овладеть следующими общекультурными компетенциями.

ОК-3 — способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.Б.8. Логика**

**Цель освоения дисциплины.** Изучение дисциплины «Логика» имеет целью формирование у обучаемых ряда общекультурных компетенций как логико-методологической основы овладения общепрофессиональными знаниями, умениями и навыками. Изучение дисциплины предполагает развитие у обучающихся культуры мышления, т.е. способности к восприятию, обобщению и анализу социальной, политической и профессиональной информации, постановке профессиональных целей и выбору путей их достижения; способности логически верно выстраивать устную и письменную речь; выработку навыков публичной речи, ведения дискуссии и полемики по социально значимым и профессиональным проблемам.

**Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата.** Дисциплина входит в блок дисциплин базового цикла и изучается на первом году обучения. Изучение дисциплины опирается на знания, полученные студентами при изучении цикла дисциплин, таких как отечественная история, философия, культурология, русский язык и культура речи.

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП.

**Планируемые результаты.** В результате освоения дисциплины обучающийся должен овладеть следующими общекультурными компетенциями:

ОК-1 — способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции.

# **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **Б1.Б.9. Правоведение**

Правоведение — собирательное понятие, совокупность знаний о праве, аккумулируемых теорией права и государства, конституционным, гражданским, трудовым, семейным, административным, уголовным правом и другими юридическими дисциплинами.

Своих целей и задач право достигает благодаря способности регулировать общественные отношения, вводить деятельность индивидов и организаций в границы дозволенного и в то же время специфическими инструментами (средствами) защищать нормальное цивилизованное поведение.

Цивилизованное общество не может обходиться без регулирующего воздействия на жизнь людей со стороны права. Каждому человеку необходимо хотя бы общее понимание того, что есть право, каково назначение законодательства, какова его действительная роль в обществе, как использовать правовой инструмент для достижения общественных и личных целей. Право - основа жизнедеятельности общества и государства. Поэтому знание основ правовой жизни общества и государства - долг каждого человека, гражданина.

Знания о юриспруденции имеют не только мировоззренческое, но и непосредственно практическое значение. Фундаментальные теоретические знания о праве и государстве являются необходимым условием для обеспечения защиты интересов личности и существования общественного правопорядка. Изучение курса призвано:

во-первых, просветить студентов неюридической специальности в определенной области знаний,

во-вторых, заложить начальный фундамент правовой культуры молодого поколения граждан,

в-третьих, дать элементарные знания для последующей ориентации в правовых отношениях, сопровождающих гражданина всю жизнь, вне зависимости от избранного им рода занятий.

***Цель дисциплины:***

Овладеть системой знаний о содержании и специфике современного российского права.

***Задачи дисциплины:***

- ознакомление студентов с понятийным аппаратом юридической науки;
- изучение основ государства и права, элементов конституционного, гражданского, трудового, семейного, административного и уголовного законодательства, развитие навыков толкования, использования и применения норм отраслевого права;
- выработка умений понимать законы и подзаконные акты;
- формирование у студентов навыков самостоятельной работы с нормативно-правовой базой и юридической литературой;
- развитие у обучающихся базовых умений самостоятельного составления документов, необходимых для участия в правовых отношениях.

Рабочая программа разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и методических рекомендаций по разработке рабочих программ учебных дисциплин утвержденных ректором РосНОУ 7 апреля 2014г.

**Планируемые результаты.** В результате изучения учебной дисциплины студенты должны овладеть общекультурными компетенциями.

ОК-4 — способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности.

**В результате изучения дисциплины студент должен:**

**знать:**

- основные категории юриспруденции;
- специфику системы российского права и содержание основных его институтов;

- предмет, метод, структуру и характерные особенности базовых отраслей российского права;

- основные нормативно-правовые акты, образующие систему конституционного, гражданского, семейного, трудового, административного и уголовного законодательства.

**уметь:**

- применять усвоенные знания на практике;
- делать профессиональный анализ новой информации в соответствии с полученными знаниями;

- давать грамотную юридическую оценку действий и событий в сфере отраслевого права;

- самостоятельно работать с теоретическим, методологическим и нормативным материалом с целью повышению своей профессиональной квалификации;

- на основе действующего законодательства принимать юридически грамотные решения.

**владеть:**

- теоретической и нормативной базой правоведения;
- профессиональной лексикой, терминологией отраслевого законодательства;

- всей полнотой юридической техники;

- навыками составления документов, необходимых для участия в гражданском обороте.

**Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата.** Учебная дисциплина предназначена для студентов, обучающихся по ОП направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», квалификация — «бакалавр».

Учебная дисциплина «Правоведение» нацелена на развитие у студентов мышления и навыков овладения культурным наследием человечества, на выработку у них собственной жизненной позиции и осмысленного, осознанного мировоззрения, требований к минимуму



содержания и уровню подготовки выпускников по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина «Правоведение» является общепрофессиональной дисциплиной, устанавливающей базовые знания для освоения специальных дисциплин.

Содержание программы предусматривает развитие у обучающихся учебных умений и навыков, универсальных способов деятельности и ключевых компетенций, акцентирует внимание на формировании навыков самостоятельной работы с правовой информацией, источниками права, в том числе нормативными правовыми актами, необходимыми для обеспечения правовой защиты и поддержки в профессиональной деятельности.

**Содержание учебной дисциплины.** Понятие науки правоведение, ее предмет и методы. Государство и право. Их роль в жизни общества. Действие права в системе общественных отношений. Правовые отношения. Правомерное поведение, правонарушение и юридическая ответственность. Основы конституционного строя РФ. Гражданское право в системе российского права. Семейное право. Брачно-семейные отношения. Трудовое право как отрасль права. Трудовой договор. Основы административного права. Понятие уголовного права. Уголовный закон. Основы экологического права.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.Б.10. Социология**

#### **Целями освоения дисциплины являются:**

- в области обучения — изучение студентами достижений мировой и российской социологической мысли, законов социального развития, социальных проблем функционирования и взаимодействия общества и личности;
- в области воспитания — формирование гражданской позиции обучающегося, культуры поведения в коллективе и обществе,

патриотических и нравственных качеств, осознанного и ответственного отношения к выполнению своих профессиональных обязанностей;

- в области развития и функциональной деятельности — формирование умения прогнозировать развитие социальных процессов в обществе и коллективах; применять социологический подход в будущей профессиональной деятельности, развивать навыки социологического обследования социальных групп, а также анализа социальных процессов и явлений; навыков самостоятельного совершенствования своих социологических знаний.

### **Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата**

Учебная дисциплина предназначена для студентов, обучающихся по ОП направления 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

Она изучается студентами очной формы в 3 семестре и относится к дисциплинам базовой части учебного плана. Её преподавание и изучение основываются на общекультурном развитии и устойчивых социально-психологических характеристиках обучающихся, осознании ими смысла и социальной значимости будущей профессиональной деятельности, на их личностной установке.

Требования к «входным» знаниям, умениям и навыкам, необходимым для освоения учебной дисциплины, предъявляются на уровне знаний, приобретенных обучающимися при изучении предшествующих и сопутствующих дисциплин. Предполагается наличие у них знания законов и закономерностей общественного развития и философских категорий, полученного при изучении учебной дисциплины «Философия».

Взаимосвязь с другими дисциплинами достигается:

с гуманитарными и социально-экономическими дисциплинами — использованием диалектического метода в познании сущности мироустройства, позитивных и негативных сторон общественного развития, их влияния на состояние экономической сферы общества, единым понимаем

места и роли гуманитарных знаний в повышении компетентности будущих работников в сфере рекламы и связей с общественностью;

с профессиональными дисциплинами — использованием общенаучного категориально-понятийного аппарата, общим пониманием места и роли бакалавра в применении полученных знаний в профессиональной деятельности.

**Планируемые результаты.** В результате изучения учебной дисциплины студенты должны овладеть общекультурными и профессиональными компетенциями.

ОК-7 — способностью к самоорганизации и самообразованию.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.Б.11. Конфликтология**

**Целью** освоения дисциплины «Конфликтология» является: формирование готовности студентов к использованию знаний о закономерностях возникновения, развития, разрешения и профилактики конфликтов в процессе рекламной и PR-деятельности, а также развитие таких личностных качеств, как: способность к рефлексии, самопознанию и самовоспитанию. Изучение учебной дисциплины играет важную роль в формировании научного и профессионального мировоззрения, практически значимых способностей, умений и навыков будущих бакалавров рекламной и PR-деятельности.

Учебная дисциплина «Конфликтология» предназначена для студентов, обучающихся по направлению **42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью»**, квалификация – «бакалавр», и входит в базовую часть учебного плана.

Учебная дисциплина содержательно и логически связана с другими учебными дисциплинами, изучаемыми студентами. Способствуют освоению данной дисциплины такие, ранее изученные дисциплины, как: «Психология», «Социология», «Основы менеджмента», «Основы теории коммуникации» и

другие. Параллельно с «Конфликтологией» студенты изучают такие дисциплины, как: «Практикум эффективного общения», «Социальная психология» и др. Знание учебной дисциплины «Конфликтология» является значимым для последующего изучения студентами таких дисциплин, как: «Брендинг», «Самореклама». Изучение дисциплины помимо теоретической подготовки носит выраженную практическую направленность.

**Планируемые результаты.** Изучение учебной дисциплины будет способствовать овладению студентами общекультурными и профессиональными компетенциями:

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

**Содержание учебной дисциплины:**

История зарубежной и отечественной конфликтологии. Сущность, структура, модели и типология конфликтов и их учет в процессе рекламной и PR-деятельности. Причины, личностные источники и содержание конфликтов и их учет в процессе рекламной и PR-деятельности. Функции и динамика конфликтов и их учет в процессе рекламной и PR-деятельности. Психологические характеристики межличностных конфликтов и их учет в процессе рекламной и PR-деятельности. Психологические характеристики внутригрупповых и межгрупповых конфликтов, их учет в процессе рекламной и PR-деятельности. Психологические характеристики внутриличностных конфликтов и их учет в процессе рекламной и PR-деятельности. Психологические условия предупреждения конфликтных ситуаций и конфликтов, их учет в процессе рекламной и PR-деятельности. Психологические условия разрешения конфликтных ситуаций и конфликтов, их учет в процессе рекламной и PR-деятельности.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.Б.12. Риторика**

**Цель** дисциплины «Риторика» является формирование у студентов навыков владения эффективной речью, формирование сознательной потребности в углублении знаний о выразительных возможностях русского языка, а также риторических приемов.

**Требования к уровню освоения содержания курса:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

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

**Место дисциплины в структуре ОП:** предмет относится к базовому циклу учебного плана подготовки бакалавров и изучается в 7 семестре очной, и заочной форм обучения. Учебная дисциплина содержательно и логически связана с другими учебными дисциплинами, изучаемыми студентами. Предшествуют освоению студентами данной дисциплины такие учебные дисциплины, как «Философия», «Отечественная история», «Культурология», «Русский язык и культура речи» и др.

**Содержание дисциплины:** Курс «Риторика» раскрывает своеобразие риторики как науки; основные этапы развития и становления риторики; композиционные приемы оформления выступления, риторические средства выразительности; умение составлять и произносить содержательные, обоснованные, выразительные высказывания; анализировать речевое мастерство ораторов прошлого и современности; обмениваться информацией с другими членами языкового коллектива, связанными с говорящим различными социальными отношениями.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.Б.13. Всемирная история**

Всемирная история — учебная дисциплина, которую изучают в высших учебных заведениях. Всемирная история является очень важной научной дисциплиной, ведь этот предмет не только рассматривает прошлые события

мировой истории, но и формирует базу для понимания современных мировых процессов и явлений. Всемирная история показывает включенность современного российского общества в общемировой исторический процесс, помогает в понимании сложной современной политической ситуации, формирует мировоззрение человека и гражданина, помогает в освоении и культурном восприятии сложных реалий нашего многогранного мира.

**Целью** изучения дисциплины **Всемирная история** является исследование полной и объективной картины истории мира в период с зарождения основных человеческих обществ до формирования современного глобального мира. Также целью изучения Всемирной истории является анализ и понимание основных закономерностей развития мировой истории, формирование научного исторического мировоззрения, развитие мышления студентов.

Учебной целью дисциплины Всемирная история является освоение основных фактов, событий из прошлого и настоящего в истории человечества, умение выделять преемственность и взаимосвязь этих фактов, создание теорий и собственных оценок исторического материала, понимание объективных исторических закономерностей развития общества.

Воспитательной целью изучения дисциплины Всемирная история является формирование понимания мирового исторического процесса, а также на базе изучения всемирной истории формирование патриотизма, гордости за свою страну, за историю своего народа, воспитание ответственности за сегодняшние события, происходящие в нашей Родине и понимание собственной роли в современной мировой истории.

### **Место дисциплины в структуре образовательного процесса.**

Учебная дисциплина предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью 42.03.01, квалификация – бакалавр.

Дисциплина изучается студентами на начальном этапе обучения, во втором семестре, относится к числу базовых дисциплин. Изучение

дисциплины помогает при освоении предметов: культурологии, философии, социологии, экономики, психологии и других.

**Содержание учебной дисциплины.** Переход от первобытности к цивилизации. История Древнего мира. История Средних веков. История Нового времени. Современная мировая история.

**Планируемые результаты.** В результате освоения учебной дисциплины История студенты должны овладеть общекультурными и профессиональными компетенциями:

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

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б3.Б.14. Практикум эффективного общения**

**Цель** учебной дисциплины «Практикум эффективного общения».

Преподавание и изучение данной учебной дисциплины направлены на профессиональную подготовку и развитие студентов, на овладение ими системой представлений о решении комплексных задач в области психологии общения на основе теоретического понимания психологических механизмов, лежащих в основе данного процесса; на овладение практическими навыками эффективного общения и ведения деловых встреч и переговоров; на развитие у студентов профессионального мировоззрения, профессионально значимых психических свойств и качеств.

Учебная дисциплина «Практикум эффективного общения» способствует углублению и расширению базовой профессиональной подготовки студентов, а так же учитывает их образовательные потребности.

**Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата.**

Учебная дисциплина «Практикум эффективного общения» предназначена для студентов, обучающихся по ОП направления 42.03.01 - «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

Она изучается студентами очной формы в 7 семестре и относится к базовому циклу учебного плана. Учебная дисциплина содержательно и логически связана с другими учебными дисциплинами, изучаемыми студентами.

Содержание учебной дисциплины «Практикум эффективного общения» базируется на психологических теориях, разработанных отечественными и зарубежными учеными. При разработке учебной программы использовались труды Андреевой Г. М., Анисимова А.П., Бодалева Н.Н., Бороздиной Г.В., Выготского Л.С., Гришиной Н.В., Ильина Е.П. Леонтьева А.Н., Шатрова О. и других ученых.

Изучение дисциплины помимо теоретической подготовки носит выраженную практическую направленность.

**Планируемые результаты обучения студентов по дисциплине,** соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП.

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны овладеть общекультурными компетенциями:

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

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б3.Б.15. История мировой литературы и искусства**

#### **Цели освоения дисциплины**

Целями освоения дисциплины «История мировой литературы и искусства» являются:

- знакомство с классическими произведениями мировой литературы и искусства;
- осознание взаимосвязи культуры Запада и Востока в динамике мировой цивилизации
- осознание важности феномена духовной культуры;



- формирование базы прецедентных текстов для оптимальной адаптации в информационном коммуникативном пространстве;
- сохранение самоидентичности и самооценности в поликультурном пространстве.

### **Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата**

Дисциплина входит в состав базовой части учебного плана. Она тесным образом связана со всеми дисциплинами гуманитарной части базового цикла, и во многом составляет важную пропедевтическую часть всех дисциплин профессионального цикла. Знания, приобретенные студентами в ходе освоения дисциплины, являются базовой частью профессиональной, социальной и общекоммуникативной компетенций будущего специалиста в области рекламы и связей с общественностью.

**Планируемые результаты обучения студентов по дисциплине,** соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны овладеть общекультурными и профессиональной компетенциями:

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

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б3.Б.16. «Стилистика и литературное редактирование»**

Цель учебной дисциплины «Стилистика и литературное редактирование». Наряду с курсами «Философия», «Отечественная история», «Культурология», «Русский язык и культура речи» и др. «Стилистика и литературное редактирование» выступает важным элементом в формировании гуманитарной составляющей в системе подготовки специалистов третьего тысячелетия. Учебная дисциплина способствует углублению и расширению базовой профессиональной подготовки студентов, а так же учитывает их образовательные потребности.

Рабочая программа разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО и методических рекомендаций по разработке рабочих программ учебных дисциплин утвержденных ректором РосНОУ.

### **Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата**

Учебная дисциплина «Стилистика и литературное редактирование» предназначена для студентов, обучающихся по ОП направления (направление подготовки 42.03.01 — «Реклама и связи с общественностью», квалификация — «бакалавр»). Учебная дисциплина содержательно и логически связана с другими учебными дисциплинами, изучаемыми студентами. Предшествуют освоению студентами данной дисциплины такие учебные дисциплины, как «Русский язык и культура речи», «Риторика» и другие.

В ходе лекционных и практических занятий по дисциплине происходит развитие языкового и стилистического чутья студентов, совершенствование их навыков в практическом использовании стилей речи, в применении многообразия выразительных средств русского языка.

**Планируемые результаты обучения студентов по дисциплине,** соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны овладеть общепрофессиональными компетенциями:

ОПК-3 — обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б3.Б.17. Право и средства массовой информации**

**Цель изучения дисциплины:** формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», системных представлений об эволюции правовых оснований журналистики и связей с общественностью от самых её истоков

до настоящего времени; комплексное понимание принципов и норм правового регулирования в сфере массовой информации, направленного на обеспечение баланса интересов личности, общества и государства. Помимо формирования профессиональной правовой культуры будущих специалистов по рекламе и СО, курс преследует цель гражданского воспитания личности.

Концептуальные правовые знания в области массово-информационного права являются важной и необходимой составляющей правовой культуры современного общества. В этих условиях особенно важно, чтобы журналист, имеющий влияние на значительную часть аудитории являлся носителем правовой культуры. Изучение курса ориентировано на расширение и углубление правовых знаний, выработку умения применять правовые знания на практике.

Особое внимание следует сосредоточить на правовой природе средств массовой информации, их места в современной демократическом государстве и его рыночной экономике. Важно также понимать, что постоянно возрастающая роль СМИ в условиях информационного общества происходит в связи с возникновением новых информационных и коммуникационных технологий.

#### **Задачи изучения дисциплины:**

- раскрыть содержание массово-информационного права как самостоятельной отрасли и одновременно подотрасли информационного права;
- дать студентам целостное представление о назначении, характере, содержании и особенностях текущего российского законодательства, регулирующего правовые отношения в сфере деятельности СМИ;
- ознакомить обучающихся с практикой законодательства о СМИ России и зарубежных стран;
- раскрыть логику системы норм, регулирующих правоотношения в области СМИ;

- дать студентам представление об условиях развития права в сфере СМИ, особенностях и формах границ цензуры и свободы слова, о наиболее значимых с общественно-политической и теоретической точек зрения событиях и эпохах; освоить понимание системы информационного права в современной России, понимание кризисов и противоречий данной сферы с теми, чтобы позднее применить это на практике.

По завершении изучения дисциплины «Право и СМИ» студенты должны быть готовы к решению следующих профессиональных задач:

- овладеть базовыми понятиями пройденной дисциплины;
- хорошо представлять себе закономерности и поворотные моменты истории правовой стороны развития сферы СМИ;
- показать навыки самостоятельного мышления при работе как с правовыми актами, так и с источниками разной идеологической направленности (политическими изданиями разных периодов, текстами советских СМИ, зарубежной российской прессой и др.).

**Планируемые результаты обучения студентов по дисциплине,** соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны овладеть общекультурными компетенциями:

ОК-4 — способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.Б.18. Социальная психология.**

#### **Цели и задачи дисциплины**

Основная цель дисциплины «Социальная психология» — сформировать общее понимание социально-психологических механизмов поведения отдельных индивидов, социально-психологических особенностей

функционирования, формирования и развития групп и механизмов социального взаимодействия и общения в коллективе.

В результате учебной деятельности по предлагаемой учебной программе студенты:

- познакомятся с предметом и научными особенностями социальной психологии;
- будут иметь представление об основных социально-психологических механизмах социального поведения человека;
- будут знать структуру, основные факторы и психологические механизмы существования групп;
- будут уметь анализировать социальные явления с точки зрения социальной психологии;
- будут владеть знаниями о психологических особенностях социального взаимодействия.

Область практического применения полученных знаний и умений: реклама и связи с общественностью.

### **Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата**

Учебная дисциплина «Социальная психология» предназначена для студентов, обучающихся по ОП направления (направление подготовки 42.03.01 — «Реклама и связи с общественностью», квалификация — «бакалавр»), и входит в базовую часть учебного плана.

Учебная дисциплина содержательно и логически связана с другими учебными дисциплинами, изучаемыми студентами. Предшествуют освоению студентами данной дисциплины такие учебные дисциплины, как «Психология», «Социология массовых коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций» и другие.

**Планируемые результаты обучения студентов по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП**

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны овладеть общекультурными компетенциями:

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

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.Б.19. Математика и статистика**

**Целями** освоения дисциплины (модуля) являются приобретение студентами знаний по одной из основополагающих дисциплин — математики и статистики, являющейся фундаментом для дальнейшего обучения по экономическим и управленческим дисциплинам.

#### **Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата**

Преподавание базируется на школьных курсах алгебры, геометрии и тригонометрии, и требует знаний в объеме средней школы.

Учебная программа полностью соответствует требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, профессиональной образовательной программе и учебному плану.

Курс математики служит основой для всех дисциплин экономического, и управленческого циклов.

*Основными задачами изучения дисциплины являются:*

- Развитие логического мышления и пространственного воображения.
- Ознакомление студентов с основами сбора данных наблюдений, с математическими основами обработки и анализа этих данных.
- Формирование навыков математического моделирования психологических понятий, процессов и т.п.
- Развитие навыков алгоритмического подхода в решении задач из области массовых явлений.
- Формирование у студентов умений и навыков использования математических методов при постановке задач, в измерениях, экспертном оценивании и тестировании, в обработке и анализе данных наблюдений в психологии.

## **Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) «Математика и статистика»**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими профессиональными компетенциями:

ОК-3 — способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности.

### знать:

- основные понятия и методы линейной алгебры,
- основные понятия и методы математического анализа,
- методы теории вероятности и математической статистики,
- основные сферы практического приложения каждого раздела математики и их особенности;

### уметь:

- самостоятельно поставить прикладные задачи и уметь построить математическую модель поставленной задачи,
- употреблять математическую символику для выражения количественных и качественных отношений объектов,
- правильно и уместно использовать математическую терминологию в своей профессиональной деятельности,
- использовать полученные знания при постановке прикладных задач и их решении,
- аргументировать свою точку зрения с привлечением профессиональной литературы,
- ориентироваться в математических текстах (популярных, научных, методических);

### владеть:

- основными приёмами обработки экспериментальных данных и уметь содержательно интерпретировать полученные количественные результаты;
- основными прикладными стандартными пакетами программ для обработки и анализа данных наблюдении.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.Б20. Компьютерные технологии и информатика**

**Цель** дисциплины: развитие целостного представления об информатике, её роли в развитии общества, объектах, методах и средствах исследования, раскрытие сути и возможности технических и программных средств информатики, ознакомление студентов с основами современных информационных технологий, показ современных проблем в области информатики, перспектив развития и влияния информатики на мировоззрение общества и человека.

**Требования к уровню освоения содержания курса:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

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

**Место дисциплины в структуре ОП:** предмет «Компьютерные технологии и информатика» входит в базовый цикл учебного плана. Для изучения дисциплины требуются предварительные знания, полученные в среднем учебном заведении по информатике и информационным технологиям. Знания и умения, полученные при изучении дисциплины «Компьютерные технологии и информатика» потребуются при изучении профессиональных дисциплин: «Создание рекламы с использованием компьютерных технологий».

**Содержание дисциплины:** Определение информатики, структура информатики. Информация, данные и знания. Единицы измерения информации. Системы классификации и системы кодирования информации. Формулировка предметных задач. Формализация предметной задачи. Уровни формализации. Роли специалистов в постановке и решении задач с помощью информационных технологий. Понятия позиционных и иероглифических



систем счисления, преобразование чисел из одной системы в другую. Классификация компьютеров. Структура и архитектура компьютера. Классификация программного обеспечения. Системное и прикладное программное обеспечение. Понятие об операционной системе. Назначение операционной системы. Прикладное программное обеспечение. Пакеты прикладных программ. Программирование. Классификация языков программирования. Локальные и глобальные сети ЭВМ, основные характеристики и тенденции развития. Архитектура, аппаратура, сетевые протоколы, интерфейс пользователя. Работа в локальной сети Работа в глобальной сети Internet. Понятие алгоритма. Информационная безопасность и ее составляющие. Информационные ресурсы. Увеличение роли и значения информационных ресурсов в современном обществе, информатизация общества и перспективы перехода к информационному обществу.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б13.Б.21. Основы теории коммуникации**

#### **Цели и задачи дисциплины**

Предметом курса является теория коммуникации как система знаний, объединяющая широкий круг социальных, психологических и филологических проблем, связанных с процессом коммуникации.

Изучение курса имеет целью дать обучаемым необходимые сведения о коммуникационных процессах и их роли в жизни общества, ознакомить с деятельностью коммуникатора и особенностями аудитории коммуникации.

#### **В ходе изучения решаются следующие задачи:**

1. Ознакомление слушателей с особенностями коммуникации основными этапами ее возникновения.
2. Раскрыть признаки и факторы коммуникационных процессов, особенности содержания и языка коммуникации.
3. Ввести студентов в круг коммуникационных проблем организации, коммуникационных ролей и стратегий.

4. Изучить понятие и структуру коммуникационного менеджмента.

**В результате изучения курса обучаемые должны:**

- понимать предмет, цель и задачи курса «Основы теории коммуникации»,
- владеть соответствующей терминологией,
- знать основные этапы возникновения и виды коммуникации,
- быть ознакомленными с моделями и этапами коммуникационного процесса,
- знать понятие и содержание коммуникационного менеджмента,
- представлять круг наук коммуникативного цикла.

**Планируемые результаты обучения по дисциплине**, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП

В процессе изучения учебной дисциплины студент должен овладеть общепрофессиональными и профессиональными компетенциями:

- ОПК-4 — умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- ПК-6 — способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.Б.22. Социология массовых коммуникаций**

#### **Цели и задачи дисциплины**

Изучение реального функционирования института социологии массовой коммуникации в современном социуме, социологических методов изучения этой деятельности, и, в тесной связке с другими дисциплинами специализации в области связей с общественностью.

**Задачами** преподавания дисциплины являются:

- понимание социологического подхода к деятельности СМК, как системы реально функционирующей в широком социальном контексте,

включающим исторические модели организации СМК в национальных границах;

- изучение основных представителей о функционировании массовой коммуникации в обществе;
- получение системного комплекса знаний о существовании в современном обществе информационной индустрии как социального института;
- формирование представления о массовых коммуникациях как социальном институте, развитие которого тесно связано с развитием человеческой цивилизации, в частности, со сменой основных социо-, политических и экономических укладов, с технологическими и техническими революциями;
- изучение влияния СМК на индивида, социум, общественное мнение;
- изучение зависимостей между деятельностью средств массовой коммуникации в современном мире и деятельностью в сфере связей с общественностью;
- рассмотрение места социологических знаний об СМК в процессе принятия решения в сфере деятельности по связям с общественностью.

### **Место дисциплины в структуре ОП ВО**

Дисциплина относится к базовой части учебного плана. При ее освоении используется знания следующих дисциплин: «Социология», «Основы теории коммуникации», «Теория и практика массовой информации». Знания, полученные при изучении дисциплины «Социология массовых коммуникаций» используются в дальнейшем при изучении дисциплин «Теория реклам», «Теория связей с общественностью» и других.

**Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП**

В процессе изучения учебной дисциплины студент должен овладеть общекультурными и профессиональными компетенциями:

- ОПК-4 — умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- ПК-6 — способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.Б.23. Психология массовых коммуникаций**

**Цель учебной дисциплины «Психология массовых коммуникаций».** Преподавание и изучение данной учебной дисциплины направлены на профессиональную подготовку и развитие студентов, на овладение ими системой представлений о решении комплексных задач в области психологии массовой коммуникации на основе теоретического понимания психологических механизмов, лежащих в основе восприятия и создания массовой коммуникации; на овладение практическими навыками эффективной работы со средствами массовой коммуникации; на развитие у студентов профессионального мировоззрения, профессионально значимых психических свойств и качеств.

Учебная дисциплина «Психология массовых коммуникаций» способствует углублению и расширению базовой профессиональной подготовки студентов, а так же учитывает их образовательные потребности.

#### **Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата.**

Учебная дисциплина «Психология массовых коммуникаций» предназначена для студентов, обучающихся по ОП направления 42.03.01 — «Реклама и связи с общественностью», квалификация — «бакалавр».

Она изучается студентами очной формы во 2-м семестре и относится к циклу базовых дисциплин. Учебная дисциплина содержательно и логически связана с другими учебными дисциплинами, изучаемыми студентами.

Содержание учебной дисциплины «Психология массовых коммуникаций» базируется на психологических теориях, разработанных

отечественными и зарубежными учеными. При разработке учебной программы использовались труды Андреевой Г.М., Богомоловой А.А., Бодалева Н.Н., Выготского Л.С., Деркача А.А., Дружинина В.Н., Кара-Мурзы С.Г., Лаптева Л.Г., Ломова Б.Ф., Леонтьева А.Н., Маерса Д., Московичи С., Харитонова М.В., Харриса Р. и других ученых.

Изучение дисциплины помимо теоретической подготовки носит выраженную практическую направленность.

**Планируемые результаты обучения студентов по дисциплине,**  
соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны овладеть общекультурными компетенциями:

ОК-7 — способностью к самоорганизации и самообразованию.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.Б.24. Теория и практика массовой информации**

**Цель** курса. Дать студентам базовые знания и привить практические навыки в сфере коммуникационной, рекламно-информационной деятельности по специальности «Реклама и связи с общественностью», познакомить обучающихся с основами теории массовых коммуникаций, журналистики, системой средств массовой коммуникации, с методикой подготовки журналистских произведений и PR-акций, показать роль и место массовой информации в системе современной коммуникации для дальнейшего практического использования выпускниками университета обретенных в ходе данного курса общекультурных и профессиональных компетенций.

**Задачи** курса. В соответствии с поставленными целями в рамках курса студенты должны овладеть навыками системного мышления, анализа, построения аргументации, умением логично, ясно и стилистически правильно строить устную и письменную речь; умением управлять конфликтными ситуациями на разных коммуникационных уровнях — от

межличностного до массового, демонстрируя при этом прикладное знание психологических особенностей индивидуального и коллективного сознания; владеть методиками планирования и организации коммуникационных кампаний (как тактических, так и стратегических) с использованием СМИ и СМК, с последующим анализом эффективности осуществленных мероприятий; уметь проводить необходимые маркетинговые исследования для последующего планирования и реализации на практике коммерчески эффективных проектов в сфере рекламной политики в различных отраслях, прежде всего в издательском бизнесе; научиться приемам формирования благоприятной корпоративной среды и внутренних коммуникаций в рамках овладения организационно-управленческими методами работы с малыми коллективами.

**Планируемые результаты обучения студентов по дисциплине,**  
соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны овладеть общекультурными и общепрофессиональной компетенциями:

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

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

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.Б.25. Теория рекламы**

**Целями** освоения дисциплины «Теория рекламы» являются получение студентами базовых представлений о рекламной деятельности компаний.

Курс основан на критическом обобщении и сравнительном анализе теоретических исследований российской и зарубежных профессиональных школ в организации и проведении рекламной деятельности. Он носит проблемный характер.

В дисциплине подробно рассматриваются в систематизированном виде рекламные коммуникации, схема рекламной коммуникации, состав и назначение элементов схемы. Большое внимание уделяется рекламно-маркетинговым стратегиям, а также организации взаимодействия между различными участниками рекламного процесса.

### **Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата**

Программа дисциплины «Теория рекламы» составлена в соответствии с требованиями к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки дипломированного бакалавра по обязательному циклу федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина относится к базовой части учебного плана, рассчитана на студентов второго курса, использует знания по дисциплинам «Введение в профессию», «Теория и практика массовой информации», другим дисциплинам.

**Планируемые результаты обучения студентов по дисциплине,** соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны овладеть общепрофессиональными компетенциями:

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

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.Б.26. Практика рекламы**

**Целями** освоения дисциплины «Практика рекламы» являются получение студентами базовых представлений о рекламно-информационной деятельности, организации и проведении рекламных кампаний.

Курс основан на критическом обобщении и сравнительном анализе практических наработок российской и зарубежных профессиональных школ

в организации и проведении рекламных кампаний. Он носит прикладной характер.

В дисциплине подробно рассматриваются в систематизированном виде основные задачи, содержание, классификация, методы и принципы рекламных кампаний, этапы проведения рекламных кампаний. Большое внимание уделяется планированию и прикладным аспектам проведения рекламных кампаний.

### **Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата**

Программа дисциплины «Практика рекламы» составлена в соответствии с требованиями к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки дипломированного бакалавра по базовому циклу федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина относится к базовой части учебного плана, рассчитана на студентов третьего курса, использует знания по дисциплинам «Введение в профессию», «Теория рекламы», другим профессиональным дисциплинам цикла, а также учебной практике.

**Планируемые результаты обучения студентов по дисциплине,** соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны овладеть общекультурными и профессиональной компетенциями:

ОПК-2 — владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;

ОПК-5 — умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

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.



## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.Б.27. Теория связей с общественностью**

Предметом курса «Теория связей с общественностью» являются связи с общественностью как система взаимоотношений между организацией и общественностью.

Изучение курса имеет целью вооружить обучаемых системой знаний в области формирования общественного мнения, корпоративного и личного имиджа, фирменного стиля, поддержания связей со средствами массовой информации, планирования и проведения информационных кампаний.

#### **В ходе преподавания курса решаются следующие задачи:**

1) введение слушателей в круг профессиональной деятельности связей с общественностью, основных характеристик и терминологии;

2) раскрытие основных особенностей главных этапов становления теории связей с общественностью, эволюции взглядов на связи с общественностью как науку и искусство;

3) ознакомление с принципами осуществления связей с общественностью в государственной, коммерческой и общественной сферах;

4) изучение методов, технологий и процедур связей с общественностью.

**Изучение курса логически и структурно связано с общими гуманитарными, социально-экономическими и общими профессиональными дисциплинами. Практически эти связи осуществляются следующим образом:**

**- с общими гуманитарными дисциплинами:** получение студентами знаний по социологии и психологии обеспечивает глубокое понимание механизмов и закономерностей формирования общественного мнения, воздействия на большие социальные общности, обеспечивает усвоение закономерностей и проявления психологических особенностей личности и коллектива в различных ситуациях; изучение политологии позволяет глубже разобраться в сущности механизмов влияния политических отношений на

коммуникативные процессы;

- с общими профессиональными дисциплинами: изучение курса «Современный менеджмент» позволит лучше усвоить принципы управления коммуникационной кампанией, а знакомство с маркетингом — понять суть связей с общественностью как социально-этического маркетинга и одного из видов маркетинговой коммуникации.

**В результате изучения курса обучаемые должны:**

- владеть специальной терминологией;
- знать основные этапы становления и развития теории и практики связей с общественностью;
- быть ознакомленными с практической деятельностью служб связей с общественностью в государственных учреждениях, бизнесе, общественных организациях;
- знать формы и методы связей с общественностью, включая поддержание связей со СМИ, проведение специальных мероприятий;
- представлять основы организации выставочной деятельности.

**Планируемые результаты обучения студентов по дисциплине,**  
соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны овладеть общепрофессиональными компетенциями:

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

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.Б.28. Практика связей с общественностью**

**Целями** освоения дисциплины «Практика связей с общественностью» являются получение студентами базовых представлений об организации и проведении кампаний в сфере связей с общественностью. Курс основан на критическом обобщении и сравнительном анализе практических наработок

русской и зарубежных профессиональных школ в организации и проведении кампаний в сфере связей с общественностью. Он носит проблемный и прикладной характер.

В дисциплине подробно рассматриваются в систематизированном виде основные задачи, содержание, классификация, этапы проведения кампаний в сфере связей с общественностью. Большое внимание уделяется особенностям проведения кампаний в различных сферах коммерческой и некоммерческой деятельности.

### **Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата**

Программа дисциплины «Практика связей с общественностью» составлена в соответствии с требованиями к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки дипломированного бакалавра по базовому циклу федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина относится к базовой части учебного плана, рассчитана на студентов третьего курса, использует знания по дисциплинам «Введение в профессию», «Теория связей с общественностью», другим профессиональным дисциплинам, а также учебной практике.

**Планируемые результаты обучения студентов по дисциплине,**  
соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны овладеть общепрофессиональными и профессиональными компетенциями:

ОПК-2 — владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;

ОПК-5 — умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

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

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### Б1.Б.29. Интертекст и библиографическая культура

Рабочая программа учебной дисциплины «Интертекст и библиографическая культура» изучается студентами, осваивающими программу бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

**Целью** дисциплины является освоение студентами системы научно-практических знаний, умений и компетенций в области информационно-библиографической культуры и реализация их в своей профессиональной деятельности, а также формирование у студентов информационно-библиографической компетентности, т.е. умений работы с электронным каталогом, составления библиографических списков, способности ориентироваться в информационно-библиотечном пространстве, коммуникативной компетенции, готовности использовать данные навыки в учебной, научной и профессиональной деятельности, воспитание информационно-библиографической культуры, познавательных интересов.

#### **Задачи** дисциплины:

Результаты освоения дисциплины определяются способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

Решение вышеуказанных профессиональных задач осуществляется посредством решения комплекса частных задач обучения — задач дисциплины «Интертекст и библиографическая культура»:

- иметь представление о структуре информационных ресурсов общества;
- знать методику поиска информации, иметь навыки самостоятельной работы с информационными и библиографическими источниками по конкретной тематике;
- иметь представление о библиотеке, ее справочном аппарате, об основах библиографии;

- уметь использовать справочно-информационный фонд библиотеки, справочно-поисковый аппарат библиотеки;
- уметь выявлять нужные информационные и библиографические источники и пользоваться ими;
- уметь составлять библиографические списки к рефератам, докладам, курсовым и выпускным квалификационным работам;
- владеть приемами организации и ведения личных библиографических картотек или баз данных.

### **Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата**

Дисциплина «Интертекст и библиографическая культура» относится к базовой части учебного плана. Содержание дисциплины тесно связано с логикой и содержанием других дисциплин базовой части, которые ей предшествуют: «Философия», «Социология», «Культурология», «Отечественная история», изучаются параллельно: «Теория рекламы», и за ней следуют: «Теория связей с общественностью», «Работа с медиатекстами».

**Планируемые результаты обучения студентов по дисциплине,** соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП

В процессе изучения учебной дисциплины студенты овладевают следующими компетенциями:

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.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.Б.30. Работа с медиатекстами**

#### **Цели освоения дисциплины**

В настоящее время создания мощной информационной структуры, информация самого разного толка превращается в экономическую категорию.

Результатом развития СМИ становится насыщение рынка зрительских интересов, следствием — разделение каналов по тематике, аудиторному, адресному, национальному, территориальному, временному и другим признакам, иными словами, влияние масс-медиа на человека принимает все более профессиональный характер. Поток медиаинформации постоянно растет, появляются все новые телевизионные каналы, периодические печатные издания, интернет-сайты. Масс-медиа действуют как фильтр, отбирающий, komponующий и интерпретирующий информацию, берут на себя обучающие, просветительские функции, являются своеобразной «параллельной школой» для молодого поколения.

Анализ медиатекста представляет собой метод исследования текста, содержащего информацию и изложенного в каком-либо виде и жанре медиа (телепередаче, фильме, материале в прессе, интернетном сайте и т. п.) путем рассмотрения отдельных его сторон, составных частей, художественного своеобразия с целью развития у аудитории самостоятельных суждений, критического мышления, эстетического вкуса. Анализ медиатекстов рассматривается в тесной связи с такими понятиями как медиаграмотность — умение анализировать и синтезировать пространственно-временную реальность, умения «читать» медиатекст; медиавоздействие — воздействие медиатекстов на аудиторию: в сфере образования и воспитания.

### **Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата**

Дисциплина «Работа с медиатекстами» относится к базовой части учебного плана. Содержание дисциплины тесно связано с логикой и содержанием других дисциплин базовой части, которые ей предшествуют: «Русский язык и культура речи», «Иностранный язык», «Введение в профессию», «Основы журналистики», изучаются параллельно: «Практика рекламы», «Теория связей с общественностью», и за ней следуют: «Практика связей с общественностью», «Текст в связях с общественностью».

**Планируемые результаты обучения студентов по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП**

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны овладеть общепрофессиональными компетенциями:

ОПК-3 — обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.Б.31. Основы менеджмента**

**Целью** изучения дисциплины «Основы менеджмента» является формирование базовых представлений о сущности, месте и роли менеджмента в деятельности организации, в рамках ознакомления с теоретическими основами управленческой деятельности в условиях современной рыночной экономики, с акцентом на процессе принятия управленческого решения и учёте коллективного характера данного процесса.

**Задачи** изучения дисциплины заключаются в следующем:

- формирование представлений о содержании общих и частных функций менеджмента и требований к современным менеджерам в условиях глобальной экономики;
- изучение процедур формирования, реализации и оценки тактических и стратегических планов организации, а так же выработка рекомендаций о способах и методах решения конкретных управленческих задач;
- формирование комплекса знаний о методах управления и принятия управленческих решений, анализа и выбора различных их вариантов;
- выявление современных тенденций в развитии групповых форм в организации и основных принципов управления их поведением с учетом новых представлений о роли человеческого фактора.

**Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата**

Согласно Федеральному государственному образовательному стандарту высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (квалификации «бакалавр») одним из видов деятельности, к которым готовится будущий выпускник является организационно-управленческая. Сообразно этому дисциплина «Основы менеджмента», входит в базовую часть (Б.1), в которой она формирует основной понятийный аппарат и общие теоретические представления об управленческой деятельности.

Курс «Основы менеджмента» требует предварительного изучения следующих дисциплин: философия, психология, логика, профессиональная этика, русский язык и культура речи, экономика.

**Планируемые результаты обучения студентов по дисциплине,** соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны овладеть общекультурными и общепрофессиональными компетенциями:

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

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

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.Б.32. Основы маркетинга**

**Целью** изучения дисциплины «Основы маркетинга» является ознакомление студентов с системой мер, обеспечивающих эффективную организацию маркетинговой деятельности; получение навыков проведения маркетинговых исследований, разработки маркетинговых стратегий и программ, организации коммуникативной и сбытовой деятельности, ценообразования и использования основных элементов маркетинга в практической деятельности.

**Основные задачи изучения дисциплины:**



- формирование системы теоретических представлений о маркетинге как о важнейшем инструменте бизнеса, его принципах и технологии;
- изучение роли маркетинга в деятельности компании;
- формирование знаний о проведении маркетинговых исследований;
- грамотное формулирование целей исследования и ориентирование в содержании всех этапов процесса исследования;
- формулирование обоснованных выводов и подготовка необходимой информации для принятия управленческих решений;
- создание прочных основ системы конкретных умений, позволяющих успешно применять полученные знания в практической деятельности;

### **Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата**

Дисциплина «Основы маркетинга» относится к базовой части учебного плана ОП направления «Реклама и связи с общественностью».

Базой для изучения маркетинга являются знания, полученные студентами при изучении следующих курсов: «Экономика», «Теория рекламы», «Практика рекламы» и др.

Знания, полученные в процессе изучения дисциплины, должны использоваться в последующей практической деятельности.

**Планируемые результаты обучения студентов по дисциплине,** соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны овладеть общекультурными и профессиональными компетенциями:

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

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

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.Б.33. «Безопасность жизнедеятельности»**

**Целью** курса «Безопасность жизнедеятельности» является:

- сформировать у студентов осознания безопасности человека, как важнейшего фактора его успешной деятельности;
- дать студентам знания о безопасном поведении человека в чрезвычайных ситуациях, о государственной системе защиты населения от чрезвычайных ситуаций, об обязанностях граждан по защите государства и здоровом образе жизни;
- дать знания по созданию психологически комфортной и безопасной образовательной среды в учреждении;
- формировать умение по навыкам соблюдения требований охраны труда, техники безопасности и противопожарной защиты.
- Дать знания по обеспечению охраны жизни и здоровья детей в образовательном процессе;

**Задачами** курса являются:

- дать знания студентам о чрезвычайных ситуациях природного, техногенного, экологического и социально-политического характера и правилах поведения человека в них;
- формировать у студентов умения прогнозировать степень негативных воздействий и оценивать их последствия, а также вооружить способами защиты человека и среды обитания от негативных воздействий;
- развивать самостоятельность учащихся в принятии решений по защите населения от чрезвычайных ситуаций и принятии мер по ликвидации их последствий;
- формировать у студентов навыки оказания доврачебной помощи пострадавшим и использования средств индивидуальной и коллективной защиты;
- развивать у учащихся черты личности, необходимые для безопасного поведения в чрезвычайных ситуациях и предотвращения актов терроризма;
- способствовать формированию у студентов организаторских умений по составлению правильного режима труда и отдыха учащихся, используя знание современных здоровьесберегающих технологий.

## **Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата**

Учебная дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» изучается студентами, осваивающими образовательную программу бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Она относится к базовой части учебного плана. Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» базируется на знаниях, полученных в рамках школьного курса «Основы безопасности жизнедеятельности», а также жизненном опыте студентов и имеет глубокие межпредметные связи с другими дисциплинами.

## **Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП**

В процессе изучения учебной дисциплины студенты должны овладеть общекультурной компетенцией:

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

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.Б.34. Физическая культура**

Цель учебного раздела «Физическая культура» в высшем профессиональном обучении достигается посредством педагогического процесса физического воспитания, а именно:

- достижение общей физической подготовленности, формирование физической культуры личности, т.е. потребности и способности методически обоснованно и целенаправленно использовать средства физической культуры для обеспечения профессиональной надежности, что позволит выпускнику успешно работать в избранной сфере деятельности, а также обладать универсальными и специализированными компетенциями для самоутверждения, социальной мобильности и устойчивости на рынке труда.

Основными задачами физического воспитания студентов являются:

- содействие гармоничному развитию личности будущего специалиста;
- обеспечение условий для естественного процесса физического развития студентов – достижение физической подготовки личности, соответствующей возрастным особенностям студентов;
- сохранение и укрепление здоровья студентов в период напряженного умственного труда в высшем учебном заведении;
- формирование посредством профессионально прикладной физической подготовки профессионально важных физических, психических и специальных качеств, обеспечивающих надежность выпускников в будущей трудовой деятельности;
- обеспечение физической подготовленности выпускников к послевузовской службе в Вооруженных Силах РФ.

**Конкретные (детализированные) задачи**, решаемые при реализации учебного раздела федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования «Физическая культура» при подготовке бакалавров и специалистов по всем направлениям высшего профессионального образования, отражены в универсальных, профессионально направленных и федеральных компетенциях выпускника высшего учебного заведения.

Раздел «Физическая культура» является единым и обязательным при подготовке бакалавров и специалистов по всем направлениям ВПО, кроме направления «Физическая культура».

Отдельные модули учебного раздела «Физическая культура» – теоретический, методико-практический, практический, контрольный тесно взаимосвязаны и могут реализовываться в учебном процессе параллельно на всех годах обучения по данному разделу.

Реализация модуля «Практические занятия» связана с оптимальными физическими нагрузками и соответствующими физиологическими реакциями организма занимающихся. Это требует соблюдения ряда медицинских

требований и организационно-методических принципов проведения учебных занятий.

Практические занятия по учебному разделу «Физическая культура» носят рекреационный характер и направлены на профилактику хронического недостатка двигательной активности, достижение эффекта «активного отдыха», что позволяет не включать академические занятия по разделу «Физическая культура» в лимит недельной общей учебной нагрузки студентов.

**Планируемые результаты обучения студентов по дисциплине,**  
соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны овладеть общекультурными компетенциями:

ОК-8 — способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

## **Б1.В. Вариативная часть**

### **Б1.В.ОД. Обязательные дисциплины**

#### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

##### **Б1.В.ОД.1. Введение в профессию**

**Целью** данного курса является получение студентами базовых представлений о роли рекламы и связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике, важнейших этапах истории зарождения, становления и развития рекламы и СО как профессии, науки и отрасли бизнеса.

Лекционный курс основан на критическом обобщении и сравнительном анализе теоретических исследований и практических наработок российской и зарубежных (главным образом европейской и американской) профессиональных школ рекламы и связей с общественностью. Он носит проблемный и прикладной характер.

Реклама рассматривается как функция маркетинга, направленная на стимулирование сбыта товара или услуги. Связи с общественностью рассматриваются как функция менеджмента, направленная на обеспечение эффективных и гармоничных отношений между каким-либо институтом (государственным учреждением, коммерческой структурой, общественной организацией или движением, политической партией) и обществом в целом.

В дисциплине подробно рассматриваются в систематизированном виде основные современные приемы и методы, применяемые в рекламе и связях с общественностью, классификация рабочих рекламных и пиар-мероприятий, видов рекламы и служебных пиар-документов, организационно-структурное построение основных субъектов рекламы и СО. Большое внимание уделяется этике, профессиональным стандартам и требованиям к выпускнику по направлению «Реклама и связи с общественностью» в России и за рубежом.

**Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата.** Программа дисциплины «Введение в профессию» составлена в соответствии с требованиями к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки дипломированного бакалавра по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина относится к обязательным дисциплинам вариативной части учебного плана, рассчитана на студентов первого курса, предшествует дисциплинам «Теория рекламы», «Практика рекламы», «Теория связей с общественностью», «Практика связей с общественностью», другим профессиональным дисциплинам, а также учебной и производственной практикам.

**Планируемые результаты обучения студентов по дисциплине,** соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны овладеть общепрофессиональными и профессиональными компетенциями:

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

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

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.ОД.2. Профессиональная этика**

#### **Цели освоения дисциплины**

Целями освоения дисциплины «Профессиональная этика» являются:

- формирование у студентов систематических знаний о предмете этики в рекламе и связях с общественностью;
- понимание необходимости нравственного регулирования деятельности по связям с общественностью и рекламы;
- умение применять приобретенные знания к решению конкретных задач морального выбора, этическому анализу конфликтных ситуаций;
- формирование необходимых качеств будущего бакалавра.

**Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата.** Программа дисциплины «Профессиональная этика» составлена в соответствии с требованиями к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки дипломированного бакалавра по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина относится к обязательным дисциплинам вариативной части учебного плана, рассчитана на студентов первого курса, основана на знаниях и умениях полученных по дисциплинам «Введение в профессию», предшествует дисциплинам «Основы менеджмента», «Теория рекламы», «Практика рекламы», «Теория связей с общественностью», «Практика связей с общественностью», другим профессиональным дисциплинам, а также учебной и производственной практикам.

**Планируемые результаты.** В результате изучения учебной дисциплины студенты должны овладеть следующими профессиональными компетенциями.

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

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.ОД.3. Основы журналистики**

Учебная дисциплина «Основы журналистики» изучается студентами, осваивающими программу бакалавриата по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

#### **Цель освоения дисциплины:**

Освоение студентами базовых знаний и получение практических навыков в сфере организационно-управленческой, коммуникационной, рекламно-информационной, рыночно-исследовательской, проектной, а также прогнозно-аналитической деятельности по специальности «Реклама и связи с общественностью», глубокое ознакомление обучающихся с основами теории массовых коммуникаций, журналистики, системой средств массовой информации и массовой коммуникации, с методикой подготовки журналистских произведений и PR-акций, понимание роли и места средств массовой информации в системе современной коммуникации для дальнейшего практического использования выпускниками университета обретенных в ходе данного курса общекультурных и профессиональных компетенций.

#### **Задачи освоения дисциплины:**

В соответствии с поставленными целями в рамках курса «Основы журналистики» студенты должны овладеть навыками системного мышления, анализа, построения аргументации, умением логично, ясно и стилистически правильно строить устную и письменную речь; умением управлять конфликтными ситуациями на разных коммуникационных уровнях — от



межличностного до массового, демонстрируя при этом прикладное знание психологических особенностей индивидуального и коллективного сознания; владеть методиками планирования и организации коммуникационных кампаний (как тактических, так и стратегических) с использованием СМИ и СМК, с последующим анализом эффективности осуществленных мероприятий; уметь проводить необходимые маркетинговые исследования для последующего планирования и реализации на практике коммерчески эффективных проектов в сфере рекламной политики в различных отраслях, прежде всего в издательском бизнесе; научиться приемам формирования благоприятной корпоративной среды и внутренних коммуникаций в рамках овладения организационно-управленческими методами работы с малыми коллективами.

### **Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата**

Дисциплина «Основы журналистики» относится к Вариативной части (Обязательные дисциплины) учебного плана. Содержание дисциплины тесно связано с логикой и содержанием других дисциплин, которые за ней следуют: «Работа с медиатекстами», «Теория и практика массовой информации», «Текст в связях с общественностью», а также с содержанием учебной практики.

**Планируемые результаты обучения студентов по дисциплине,**  
соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны овладеть общекультурными и профессиональной компетенциями:

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

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.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.ОД.4. «Медиа-анализ и медиапланирование»**

Учебная дисциплина «Медиа-анализ и медиапланирование» изучается студентами, осваивающими программу бакалавриата по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

**Целями** освоения дисциплины «Медиа-анализ и медиапланирование» являются получение студентами базовых представлений об аналитической деятельности с использованием материалов СМИ и составлении на основе данной аналитики простейших медиапланов для проведения информационно-коммуникационной кампании.

**Задачей** курса является обучение студентов практическим навыкам проведения самостоятельного поиска, систематизации и анализа материалов СМИ и других информационных источников, описанию информационного поля и его проблемных точек и составлению простейших планов медиакампаний, а также умению оформлять и использовать все промежуточные продукты мониторинга и анализа как самостоятельные продукты, востребованные на рынке.

#### **Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата**

Дисциплина «Медиа-анализ и медиапланирование» относится к Вариативной части (Обязательные дисциплины) учебного плана. Содержание дисциплины тесно связано с логикой и содержанием других дисциплин профессионального цикла, которые ей предшествуют: «Основы теории коммуникации», «Теория и практика массовой информации»; изучаются параллельно: «Брендинг», «Основы имиджологии» а также с содержанием преддипломной практики. Знания и навыки, полученные в ходе изучения дисциплины могут использоваться при написании исследовательской и проектной частей выпускной квалификационной работы.

**Планируемые результаты обучения студентов по дисциплине,**  
соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны овладеть общекультурными и профессиональными компетенциями:

ОПК-4 — умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

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

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.ОД.5. Коммуникационный менеджмент**

Учебная дисциплина «Коммуникационный менеджмент» изучается студентами, осваивающими образовательную программу бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Ее изучение тесно связано с содержанием следующих учебных дисциплин: «Основы теории коммуникации», «Основы менеджмента», «Основы маркетинга», «Практикум эффективного общения». Изучение дисциплины предполагает высокий общий уровень знаний в области общественных наук, экономической теории, социологии и социальной психологии.

**Цель дисциплины:** формирование у студентов целостного представления о сущности коммуникационного менеджмента как универсальной деятельности по изучению, проектированию, формированию и развитию коммуникационных систем (организации, проекта, бренда, личности и т.д.), концепции управления изменениями посредством коммуникационных моделей, инструментов, технологий, методологии и методике проведения консалтинговых исследований в сфере управления коммуникациями.

**Задачи дисциплины:**

- ознакомление с историей становления и развития коммуникационного менеджмента за рубежом и в России;

- определение места, роли и функций коммуникационного менеджмента в структуре современного научного знания и практической деятельности;
- изучение методик коммуникационного менеджмента и технологии проведения коммуникационного исследования;
- рассмотрение специфических моделей взаимодействий между субъектами коммуникаций;
- выявление значимых агентов внешней среды и разработка сообщений с целью формирования позитивного мнения об организации;
- поиск эффективных методов разрешения коммуникационных конфликтов;
- исследование особенностей формирования имиджа менеджера и корпорации (организации);
- разработка рекомендаций, способствующих решению сложных задач, стоящих перед современными руководителями в разных сферах коммуникационной деятельности.

**Планируемые результаты обучения студентов по дисциплине,**  
соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны овладеть профессиональными компетенциями:

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

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

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б3.В.ОД.6. Техника и технологии рекламной фотографии**

Учебная дисциплина «Техника и технологии рекламной фотографии» изучается студентами, осваивающими программу бакалавриата по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Целями освоения дисциплины «Техника и технологии рекламной фотографии» являются получение студентами базовых представлений о роли и значении фотографической деятельности в рекламе и связях с общественностью (в дальнейшем СО), о видах технического фотооснащения и их возможностях, о приёмах получения изображения, о создании качественного рекламного фотопродукта.

Задачей курса является обучение студентов практическим навыкам проведения самостоятельного выбора съёмочной аппаратуры, организации и проведения фотосъёмки, обработки и редактирования снятого материала, подготовке его к публикации.

#### **Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата**

Дисциплина «Техника и технологии рекламной фотографии» относится к Вариативной части (Обязательные дисциплины) учебного плана. Содержание дисциплины тесно связано с логикой и содержанием других профессиональных дисциплин, которые ей предшествуют: «Введение в профессию», «Теория рекламы»; изучаются параллельно: «Практика рекламы», а также с содержанием производственной практики. Знания и навыки, полученные в ходе изучения дисциплины могут использоваться при изучении дисциплин: «Техника и технологии рекламного видео», «Создание рекламы с использованием компьютерных технологий».

**Планируемые результаты обучения студентов по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП**

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны овладеть следующими профессиональными компетенциями:

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.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б3.В.ОД.7. Техника и технологии рекламного видео**

Учебная дисциплина «Техника и технологии рекламного видео» изучается студентами, осваивающими программу бакалавриата по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Целями освоения дисциплины «Техника и технологии рекламного видео» являются получение студентами базовых представлений о роли и значении видеосъемки в рекламе и связях с общественностью (в дальнейшем СО), о видах технического видеооборудования и их возможностях, о приемах получения изображения, о создании качественного рекламного видеопродукта.

Задачей курса является обучение студентов практическим навыкам проведения самостоятельного выбора съёмочной аппаратуры, организации и проведения видеосъемки, обработки и редактирования снятого материала, подготовке его к публикации.

#### **Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата**

Дисциплина «Техника и технологии рекламного видео» относится к Вариативной части (Обязательные дисциплины) учебного плана. Содержание дисциплины тесно связано с логикой и содержанием других профессиональных дисциплин, которые ей предшествуют: «Введение в профессию», «Теория рекламы», «Техника и технологии рекламной фотографии», «Практика рекламы», а также с содержанием производственной практики. Знания и навыки, полученные в ходе изучения дисциплины могут использоваться при изучении дисциплин: «Создание рекламы с использованием компьютерных технологий».

**Планируемые результаты обучения студентов по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП**

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны овладеть следующими профессиональными компетенциями:

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.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.ОД.8. Создание рекламы с использованием компьютерных технологий**

#### **Цели преподавания дисциплины.**

Учебная дисциплина «Создание рекламы с использованием компьютерных технологий» является одной из специальных дисциплин при подготовке бакалавров.

Использование современных компьютерных технологий в системе коммуникаций является активным инструментом повышения эффективности работы таких специалистов.

Целью данного курса является формирование у студентов знаний и умений, необходимых для создания высококачественных интеллектуальных информационных ресурсов, рабочих электронных документов и презентационных буклетов различного назначения, формирования системы информационного обеспечения управления требуемого качества, а также использования сетевых ресурсов в крупных коммуникационных проектах.

1.2. Задачи изучения дисциплины (необходимый комплекс знаний и умений):

#### **Иметь представление о:**

- роли телекоммуникационных и компьютерных технологий в связях с общественностью;
- системном и прикладном программном обеспечении телекоммуникационных и компьютерных технологий;

- техническом обеспечении проектов, реализуемых с помощью компьютерных и информационных технологий;

- работе в телекоммуникационных информационных сетях.

**Знать:**

- назначение, разновидности, принципы организации, построения и функционирования компьютерных программ обработки текстов, графики, макетирования и верстки рабочих документов;

- возможности компьютерных и телекоммуникационных технологий в исследовании, планировании и оценке эффективности деятельности в области связей с общественностью;

- тенденции и перспективы развития компьютерных технологий.

**Уметь:**

- создавать различные виды информационных ресурсов в области связей с общественностью;

- оценивать эффективность работы компьютерных технологий, использующих различное программное обеспечение при создании электронных документов;

- выбирать и рационально использовать конкретные информационные технологии в практике личной работы и работе организации;

- оценивать организационные и социальные последствия использования тех или иных компьютерных технологий и систем;

**Иметь опыт:**

- в применении различных видов компьютерной, коммуникационной и организационной техники;

- в применении основных программных продуктов, используемых при реализации современных компьютерных и телекоммуникационных технологий.

**Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата**

Дисциплина «Создание рекламы с использованием компьютерных технологий» относится к Вариативной части (Обязательные дисциплины)



учебного плана. Содержание дисциплины тесно связано с логикой и содержанием других профессиональных дисциплин, которые ей предшествуют: «Введение в профессию», «Теория рекламы», «Практика рекламы», «Техника и технологии рекламной фотографии», «Техника и технологии рекламного видео», а также с содержанием производственной практики. Знания и навыки, полученные в ходе изучения дисциплины могут использоваться при прохождении преддипломной практики, написании и оформлении выпускной квалификационной работы.

**Планируемые результаты обучения студентов по дисциплине,**  
соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны овладеть следующими профессиональными компетенциями:

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.

### **Б1.В.ДВ. Дисциплины по выбору**

#### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **Б1.В.ДВ. Прикладная физическая культура (элективный модуль)**

**Целью** и задачами освоения дисциплины «Прикладная физическая культура» являются:

- обеспечение обучающимся возможностей систематически заниматься физической культурой и спортом и вести здоровый образ жизни;
- повышение уровня физической подготовленности обучающихся;
- достижение общей физической подготовленности, формирование физической культуры личности, т.е. потребности и способности методически обоснованно и целенаправленно использовать средства физической культуры для обеспечения профессиональной надежности, что позволит выпускнику успешно работать в избранной сфере деятельности, а также обладать

компетенциями для самоутверждения, социальной мобильности и устойчивости на рынке труда;

- укрепление здоровья.

Цели дисциплины «Прикладная физическая культура» достигаются посредством педагогического процесса физического воспитания.

### **Место дисциплины в структуре ОП.**

Дисциплина «Прикладная физическая культура» реализуется в рамках вариативной части Блока 1 «Элективные дисциплины (модули)» программы бакалавриата в объеме 328 академических часов. Указанные академические часы являются обязательными для освоения и в зачетные единицы не переводятся.

Дисциплина «Прикладная физическая культура» изучается параллельно с изучением дисциплины «Физическая культура».

### **Требования к результатам освоения дисциплины.**

Результаты освоения ОП ВО бакалавриата определяются приобретенными компетенциями, т.е. способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

В результате выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими общекультурными компетенциями:

ОК-8 - способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

### **Содержание учебной дисциплины.**

«Прикладная физическая культура» включает в качестве обязательного минимума следующие дидактические единицы, интегрирующие содержание теоретического, практического и контрольного учебного материала:

– овладение практическими умениями и навыками физкультурно-оздоровительной и прикладной направленности, овладение умениями и навыками в различных видах физкультурно-спортивной деятельности;

– развитие физических, морально-волевых и психологических качеств средствами и методами физической культуры;

– влияние занятий физической культурой на состояние здоровья, повышение умственной и физической работоспособности;

– основы здорового образа и стиля жизни;

– гигиена занятий физической культурой;

– основные методы контроля физического состояния при занятиях различными базовыми физкультурно-оздоровительными системами и видами спорта;

– основы методики самостоятельных занятий;

– основы истории развития физической культуры и спорта;

Учебный материал в каждой дидактической единице представлен в следующих разделах и подразделах программы:

– теоретическая подготовка обучающихся, формирующая мировоззренческую систему научно-практических знаний и отношение к физической культуре;

– практическая подготовка обучающихся (учебно-тренировочные занятия в спортивных секциях), направленная на совершенствование жизненно и профессионально-важных физических качеств и способностей, прикладных двигательных умений и навыков, а также содействующего развитию самодеятельности в физической культуре и спорте в целях достижения физического совершенства, формированию качеств и свойств личности;

– практическая (методическая) подготовка обучающихся, обеспечивающая овладение методами и способами базовой физкультурно-спортивной деятельности для достижения учебных, профессиональных и жизненных целей личности;

– текущий контроль и промежуточная аттестация, определяющие дифференцированный и объективный учет процесса и результатов учебной деятельности студентов.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### Б1.В.ДВ.1.1. Брендинг

Учебная дисциплина «Брендинг» изучается студентами, осваивающими программу бакалавриата по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

**Целью** учебной дисциплины «Брендинг» является получение студентами базовых знаний и практических навыков в сфере коммуникационной и рекламно-информационной деятельности по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», знакомство обучающихся с основами брендинга — дисциплины, позволяющей планировать и осуществлять эффективное продвижение брендов, т.е. формировать устойчивое позитивное представление о товарах и услугах, о коммерческих, государственных, общественных организациях и лидерах в коммуникационном пространстве с последующим закреплением этого представления в культурной памяти общества.

В соответствии с поставленной целью задачами учебной дисциплины «Брендинг» является овладение студентами навыками системного подхода к проблемам, которые могут быть решены с помощью брендинга; умением анализировать эти проблемы, способностью аргументировано, логично и ясно строить устную и письменную речь; умением управлять конфликтными ситуациями средствами брендинга; овладеть методиками планирования и организации коммуникационных кампаний с использованием СМИ и СМК, а также умением анализировать эффективность осуществленных мероприятий; научиться проводить необходимые маркетинговые исследования в сфере рекламной политики в различных отраслях экономики, а также исследования брендов и их эффективности в сфере политики, искусства и культуры; научиться приемам формирования благоприятной корпоративной среды и внутренних коммуникаций средствами брендинга в рамках овладения

организационно-управленческими методами работы с малыми коллективами.

Поскольку предмет «Брендинг» в своей основной части соответствует методике разработке рекламы, создание бренда и управление им осуществляется с использованием рекламных технологий, то в рамках курса сделан упор на практических занятиях по созданию и продвижению реального бренда.

### **Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата**

Дисциплина «Брендинг» относится к Вариативной части (дисциплины по выбору) учебного плана. Содержание дисциплины тесно связано с логикой и содержанием других дисциплин профессионального цикла, которые ей предшествуют: «Введение в профессию», «Теория рекламы», «Практика рекламы», «Основы маркетинга», а также с содержанием производственной практики. Знания и навыки, полученные в ходе изучения дисциплины могут использоваться при прохождении преддипломной практики, а также написании исследовательской и проектной частей выпускной квалификационной работы.

**Планируемые результаты обучения студентов по дисциплине,** соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны овладеть общепрофессиональными и профессиональными компетенциями:

ОПК-5 - умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

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

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.ДВ.1.2. Основы имиджелогии**

Учебная дисциплина «Основы имиджологии» изучается студентами, осваивающими программу бакалавриата по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением студентами истории развития имиджологии в России и за рубежом, тенденций и перспектив развития этой науки в России, теоретических основ формирования имиджа, понятия «имидж», его психологического содержания.

В курсе «Основы имиджологии» подробно анализируются сущность, содержание и характерные особенности формирования имиджа, основные принципы его формирования, а также особенности профессиональной деятельности в сфере общественных связей, технологии, методы и этические принципы имиджмейкинга в современной России.

Курс направлен на формирование у обучающихся представлений о современной деятельности по формированию имиджа организаций в сфере рекламы и связей с общественностью, на формирование профессиональных компетенций и базовых знаний в этой области.

Основная цель дисциплины — дать студентам, осваивающим программу бакалавриата по направлению «реклама и связи с общественностью», глубокие и систематизированные знания в области формирования имиджа, с учетом роли и места дисциплины в будущей профессиональной деятельности выпускника.

Достижение основной цели предполагает решение следующих задач:

- формирование потребности в работе над своим габитарным, кинетическим, вербальным, овеществленным и средовым имиджем;
- развитие личностных качеств, способствующих формированию положительного имиджа;
- овладение современными научными знаниями в области анализа и формирования политического имиджа, имиджа организации и образовательного учреждения.

Курс «Основы имиджелогии» имеет теоретико-практический характер и основан на изучении учебной и учебно–методической литературы, научных и справочных источников, практических рекомендаций ведущих отечественных специалистов в области формирования имиджа. Изучение опыта ведущих представителей отечественных рекламных компаний, в том числе в процессе проведения мастер-классов, предоставляет реальную возможность расширить творческий потенциал будущих специалистов в области связей с общественностью.

Принципы отбора содержания и организации учебного материала: актуальность научной информации, объективность и последовательность в изложении специфики творческого и технологического процессов в сфере связей с общественностью; привлечение практического опыта (рекомендаций) ведущих специалистов — практиков для уяснения методики работы специалистов по формированию имиджа в сфере рекламы и связей с общественностью.

### **Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата**

Дисциплина «Основы имиджелогии» относится к Вариативной части (дисциплины по выбору) учебного плана. Содержание дисциплины тесно связано с логикой и содержанием других дисциплин профессионального цикла, которые ей предшествуют: «Введение в профессию», «Теория связей с общественностью», «Практика связей с общественностью», а также с содержанием производственной практики. Знания и навыки, полученные в ходе изучения дисциплины могут использоваться при прохождении преддипломной практики, а также написании исследовательской и проектной частей выпускной квалификационной работы.

**Планируемые результаты обучения студентов по дисциплине,**  
соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны овладеть общепрофессиональными и профессиональными компетенциями:

ОПК-5 - умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

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

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.ДВ.2.1. Самореклама**

Учебная дисциплина «Самореклама» изучается студентами, осваивающими программу бакалавриата по направлению «Реклама и связи с общественностью».

**Целью** изучения курса «Самореклама» является приобретение студентами теоретических знаний и практических навыков в области самопрезентации и саморекламы, которые позволят им эффективнее реализовывать себя в их профессиональной деятельности.

#### **Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата**

Дисциплина «Самореклама» относится к Вариативной части (дисциплины по выбору) учебного плана. Содержание дисциплины тесно связано с логикой и содержанием других дисциплин профессионального цикла, которые ей предшествуют: «Введение в профессию», «Теория рекламы», «Практика рекламы», а также с содержанием производственной практики. Знания и навыки, полученные в ходе изучения дисциплины могут использоваться при прохождении преддипломной практики, а также написании исследовательской и проектной частей выпускной квалификационной работы.

**Планируемые результаты обучения студентов по дисциплине,** соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны овладеть профессиональными компетенциями:



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

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

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.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.ДВ.2.2. Современный бизнес рекламы и связей с общественностью**

Учебная дисциплина «Современный бизнес рекламы и связей с общественностью» изучается студентами, осваивающими программу бакалавриата по направлению «Реклама и связи с общественностью».

**Целями** освоения дисциплины «Современный бизнес рекламы и связей с общественностью» являются получение студентами базовых представлений об организации и ведении рекламного и СО бизнеса. В курсе подробно рассмотрены вопросы как выстоять в условиях жесточайшей конкуренции, успешно развивать свое агентство и неплохо зарабатывать на рекламе и СО. Затронуты также юридические и бухгалтерские вопросы, предлагаются решения в области схем маркетинга, компьютерной техники, управления персоналом, психотехнологий и т.д.

### **Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата.**

Дисциплина «Современный бизнес рекламы и связей с общественностью» относится к Вариативной части (дисциплины по выбору) учебного плана. Ее содержание тесно связано с логикой и содержанием других профессиональных дисциплин: «Профессиональная этика», «Основы имиджелогии», «Основы менеджмента» и др., а также с содержанием производственной практики.

**Планируемые результаты обучения студентов по дисциплине,**  
соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны овладеть профессиональными компетенциями:

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

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

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.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.ДВ.3.1. Слоган и текст в рекламе**

**Цель** учебной дисциплины «Слоган и текст в рекламе»: дать студентам систематизированные знания о тексте в рекламе, видах текста, показать специфику рекламного текста и его составляющих: слоган, заглавие, основная часть, эхо-фраза, реквизиты. В рамках курса рассматривается специфика создания рекламного текста.

Содержание учебной дисциплины направлено на подготовку студентов к решению следующих профессиональных задач:

- получение системного комплекса знаний о тексте;
- изучение цели и функций рекламного текста;
- рассмотрение отдельных частей рекламного текста, их специфики;
- изучение взаимосвязи отдельных частей рекламного текста, образующих целостное текстовое пространство.

### **Место дисциплины в структуре ОП**

Дисциплина входит в дисциплины по выбору студента.

Учебная дисциплина «Слоган и текст в рекламе» изучается студентами, осваивающими образовательную программу бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Ее содержание тесно связано с логикой и содержанием других дисциплин: «Русский язык и культура речи», «Риторика», «Теория рекламы», «Практика рекламы», «Стилистика и литературное редактирование».

**Планируемые результаты обучения студентов по дисциплине,** соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны овладеть общепрофессиональными и профессиональными компетенциями:

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

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

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.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.ДВ.3.2. Текст в связях с общественностью**

Основная цель преподавания учебной дисциплины состоит в том, чтобы дать студентам систематизированные знания о тексте в профессиональной сфере связей с общественностью, видах текста, показать специфику различных видов текста и его составляющих. В рамках курса рассматривается специфика создания различных видов текстов.

Содержание учебной дисциплины направлено на подготовку студентов к решению следующих профессиональных задач:

- получение системного комплекса знаний о тексте;

- изучение цели и функций текста в связях с общественностью;
- рассмотрение отдельных частей текста, их специфики, композиции текста;
- изучение взаимосвязи отдельных частей текста, образующих целостное текстовое пространство.

### **Место дисциплины в структуре ОП**

Учебная дисциплина «Текст в связях с общественностью» изучается студентами, осваивающими образовательную программу бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Ее содержание тесно связано с логикой и содержанием других дисциплин: «Русский язык и культура речи», «Риторика», «Теория связей с общественностью», «Практика связей с общественностью», «Стилистика и литературное редактирование».

**Планируемые результаты обучения студентов по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП**

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны овладеть общекультурными и профессиональной компетенциями:

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

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

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.

### **ФТД. Факультативы**

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **ФТД.1. История российского предпринимательства**

## **Цель и задачи дисциплины**

История предпринимательства в России представляет собой неотъемлемую часть мировой истории бизнеса. Развитие отечественного предпринимательства, как и в других странах, было связано с торговлей, формировавшей рыночные институты и повлиявшей на возникновение разнообразных видов предпринимательской деятельности. В то же время предпринимательство в России имеет сложную судьбу, свои особенности развития, обусловленные рядом специфических, характерных для нашего Отечества факторов.

Для того, чтобы стать квалифицированным специалистом по связям с общественностью, недостаточно только усвоить современный профессиональный инструментарий, овладеть необходимыми практическими навыками. Настоящий специалист ощущает свою связь с экономическими факторами, использует опыт, накопленный в течение веков поколениями российских предпринимателей, этику их взаимоотношений. Многие проблемы развития отечественного бизнеса, например, взаимоотношения с государством, определение роли и места предпринимательской корпорации в политической системе, социальная ответственность бизнеса и т.д. – сохраняют свою актуальность в современных условиях. Изучение истории предпринимательства, безусловно, полезно с точки зрения приобщения будущих специалистов к философии, ценностным ориентирам бизнеса, корпоративным нормам поведения.

Объектом изучения дисциплины «История российского предпринимательства» является отечественное предпринимательство, благотворительность и меценатство. Предмет изучения — деятельность российских предпринимателей, особенности становления и развития определенных видов предпринимательских промыслов с IX века до наших дней.

Основная цель дисциплины «История российского предпринимательства» — передать будущим специалистам необходимый объем теоретических знаний и сформировать практические навыки анализа социальных, политических и экономических проблем предпринимательской деятельности с учетом исторического опыта.

Задачи предлагаемой дисциплины можно определить следующим образом: ознакомить студентов с историческим опытом развития предпринимательства, благотворительности и меценатства в России; привить умение оценивать различные явления из жизни современного делового мира России, опираясь на знание исторического прошлого; показать основные тенденции и особенности развития видов предпринимательской деятельности на разных исторических этапах, в зависимости от социально-политических условий.

#### **Место дисциплины в учебном процессе.**

Дисциплина «История российского предпринимательства» относится к факультативной части учебного плана, базируется на учебных дисциплинах «Отечественная история», «Социология», «Экономика».

Изучив дисциплину «История российского предпринимательства», выпускник должен обладать следующими знаниями и умениями:

- знать и уметь изложить основной фактический материал по истории предпринимательства в объеме предлагаемой программы;
- уметь применять полученные исторические знания с целью анализа и оценки современных проблем предпринимательской деятельности, определения ее возможных перспектив;
- научиться соотносить существующие тенденции развития предпринимательства с уровнем социально-экономического развития и типом государственного устройства страны;
- иметь представление об исторически сложившейся в России культуре предпринимательской деятельности.

**Планируемые результаты обучения студентов по дисциплине,**  
соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны овладеть общекультурными компетенциями:

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