

**АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН ПО  
НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.04.01 «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С  
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» (МАГИСТРАТУРА)**

**Б1.Б. Базовая часть**

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.Б.1. Иностранный язык**

**Наименование и цель освоения дисциплины**

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

- повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования;
- овладение магистрантами 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 аспирантуре и проведении научных исследований в заданной области.

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

- обучении магистрантов чтению и переводу иноязычных текстов профессиональной направленности;
- ориентировании магистрантов 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 магистрантов к естественной коммуникации в устной и письменной формах иноязычного общения,
- развитию у магистрантов 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 магистрантов и др.);

- развитию навыков устного и письменного общения на профессиональные темы.

Конечная цель обучения – формирование у магистрантов 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 дисциплины в структуре ОП магистратуры**

Учебная дисциплина «Иностранный язык» предназначена для магистрантов, обучающихся по ОП направления подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», квалификация — «магистр». Она изучается магистрантами в 1 семестре и относится к базовой части учебного плана. Дисциплина логически связана с другими дисциплинам учебного плана: «Деловой иностранный язык».

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

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

способностью свободно пользоваться иностранными языками как средством делового общения (ОК-5);

способностью воспринимать различия этнических особенностей, традиций и культур, самостоятельно работать в кросс-культурном пространстве и на международном уровне (ОК-6);

владением корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках (ОПК-3);

способностью вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов (ОПК-4);

владением техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках (ОПК-5);

владением методами делового общения в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран (ОПК-6).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.Б.2. Методологические проблемы современной науки**

#### **Наименование и цель освоения дисциплины**

Основной целью дисциплины «Методологические проблемы современной науки» является формирование у магистрантов междисциплинарного, поликультурного мировоззрения, основанного на глубоком осмыслении методологии научного мышления как части общечеловеческой культуры.

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

Учебная дисциплина «Методологические проблемы современной науки» предназначена для магистрантов, обучающихся по ОП направления подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», квалификация — «магистр». Она изучается магистрантами в 1 семестре и относится к базовой части учебного плана.

Учебная дисциплина «Методологические проблемы современной науки» содержательно и логически связана с другими учебными дисциплинами: «Основы научных исследований в профессиональной сфере», а также с научно-исследовательской работой и написанием выпускной квалификационной работы магистра.

Начальные разделы дисциплины «Методологические проблемы современной науки» предполагают рассмотрение общих вопросов истории науки как элемента духовной культуры, ее социальной и личностной роли, значения для развития общества. Последующие разделы дисциплины «Методологические проблемы современной науки» посвящены методологическим проблемам научной деятельности.

При разработке учебной программы использовались труды Рузавина Г.И., Лебедева С.А., Борзенкова В.Г., Степина В.С., Зотова А.Ф., Миронова В.В., Кохановского, Ильина В.В., Кочергина А.Н. и др.

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

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

способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);

готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);

способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-4);

владением методами делового общения в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран (ОПК-6);

способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОПК-7).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.Б.3. Основы научных исследований в профессиональной сфере**

#### **Наименование и цель освоения дисциплины**

Основными целями дисциплины «Основы научных исследований в профессиональной сфере» является формирование у магистрантов навыков научного мышления, знакомство со спецификой научной деятельности, усвоение основных знаний, навыков и умений самостоятельной научной работы.

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

Учебная дисциплина «Основы научных исследований в профессиональной сфере» предназначена для магистрантов, обучающихся по ОП направления подготовки 42.04.01 — «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «магистр».

Она изучается магистрантами во 2 семестре и относится к базовой части учебного плана.

Учебная дисциплина «Основы научных исследований в профессиональной сфере» содержательно и логически связана с другими учебными дисциплинами: «Методологические проблемы современной

науки», а также с научно-исследовательской работой и написанием выпускной квалификационной работы магистра.

Начальные разделы дисциплины «Основы научных исследований в профессиональной сфере» предполагают усвоение методов планирования научной работы, изучение систем поиска, хранения и обработки информации; усвоению категории интеллектуальной собственности; обучение составлению обзоров научной литературы на заданную тему. Дальнейшие разделы посвящены получению навыков прикладных исследований, знакомству с количественными и качественными методами обработки данных; со стилистикой и методами оформления научных работ.

При разработке учебной программы использовались труды А.А. Лудченко, Т.А. Примак, В.М. Кожухара, И.Н. Кузнецова, Г.И. Рузавина, И.Б. Рыжкова, М.П. Сенкевича, Е.А. Сидоренко, М.Ф. Шкляра, У. Эко и др.

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

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

способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);

готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);

способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-4);

способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОПК-7).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.Б.4. Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах**

#### **Наименование и цель освоения дисциплины**

Учебная дисциплина «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах» предназначена для магистрантов, обучающихся по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» для всех форм обучения.

Цель учебной дисциплины — изучить технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах: бизнесе, политике, социальных сферах и др.

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

Дисциплина «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах» входит в базовую часть учебного плана магистратуры. Для магистрантов, обучающихся по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» дисциплина является важным компонентом профессиональной подготовки, позволяющим понимать технологии рекламы и PR в различных сферах бизнеса, политики, социальной жизни, чтобы успешно развивать бизнес, устанавливать гармоничные связи с целевыми аудиториями. В связи с этим программа базового курса включает материал, позволяющий магистрантам:

познать и осмыслить технологии рекламы и связей с общественностью;  
изучить и систематизировать современные подходы к PR, специальные PR-мероприятия, инструменты рекламы и PR и выявить критерии их оценки;  
научиться современным способам сбора и обработки данных при проведении текущих и специальных мониторингов СМИ и общественного мнения;

научиться квалифицированно анализировать сложный внутренний и внешний мир рекламы и связей с общественностью и управлять им для

достижения взаимовыгодных, гармоничных отношений в бизнесе и обществе.

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

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

готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);

способностью руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ОПК-1);

способностью планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2);

способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОПК-7);

способностью нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности (ОПК-9).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.Б.5. Планирование и реализация кампании по рекламе и связям с общественностью**

#### **Наименование и цель освоения дисциплины**

Целями освоения дисциплины «Планирование и реализация кампании по рекламе и связям 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 теоретических исследований и практических наработок российской 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 магистратуры**

Дисциплина «Планирование и реализация кампании по рекламе и связям с общественностью» входит в базовую часть учебного плана магистратуры.

Учебная дисциплина «Планирование и реализация кампании по рекламе и связям с общественностью» содержательно и логически связана с другими учебными дисциплинами: «Управление коммуникационной структурой организации» «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах», «Теория и практика ведения переговорного процесса», «Корпоративная социальная ответственность» и др.

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

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

готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);

способностью руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в

социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ОПК-1);

способностью планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2);

способностью нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности (ОПК-9).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.Б.6. Управление коммуникационной структурой организации**

#### **Наименование и цель освоения дисциплины**

Учебная дисциплина «Управление коммуникационной структурой организации» изучается студентами, осваивающими программу магистратуры по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Основной целью дисциплины «Управление коммуникационной структурой организации» является формирование у студента целостной системы знаний о закономерностях управления PR-службой организации, о том, как ее организовать и как сделать ее работу эффективной.

Для эффективной работы PR-службы, как и любого другого подразделения, важным фактором является правильно составленная управленческая схема производственным процессом и продуманная политика оплаты труда.

#### **Место дисциплины в структуре ОП магистратуры общественностью»**

Учебная дисциплина «Управление коммуникационной структурой организации» изучается магистрантами в 3 семестре и относится к базовой части учебного плана. Учебная дисциплина «Управление коммуникационной структурой организации» содержательно и логически связана с другими учебными дисциплинами: «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах», «Планирование и реализация кампании по рекламе и

связям с общественностью», «Теория и практика ведения переговорного процесса», «Корпоративная социальная ответственность» и др.

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

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

готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);

способностью руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ОПК-1);

готовностью на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтничном и интернациональном окружении (ОПК-8);

способностью нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности (ОПК-9).

## **Б1.В. Вариативная часть**

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **Б1.В.01. Этнопсихология**

##### **Наименование и цель освоения дисциплины**

Преподавание и изучение учебной дисциплины «Этнопсихология» направлены на профессиональную подготовку и развитие магистров, на овладение ими системой представлений о решении комплексных задач в области этнопсихологии, науки, изучающей закономерности развития и проявления национально-психологических особенностей людей как

представителей конкретных этнических общностей, отличающих их друг от друга.

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

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

Учебная дисциплина предназначена для студентов, обучающихся по ОП направления «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «магистр» и относится к вариативной части учебного плана.

Учебная дисциплина содержательно и логически связана с другими учебными дисциплинами, изучаемыми студентами. Содержание учебной дисциплины «Этнопсихология» базируется на теориях деятельности, личности, коллектива и др., разработанных отечественными и зарубежными учеными. При разработке учебной программы использовались труды Андреевой Г. М., Выготского Л.С., Крысько В.Г., Кукушина В.С., Леонтьева А.Н., М.Мид, Платонова Ю.П., Стефаненко Т.Г. Столяренко Л.Д., Цветкова, Г.Г.Шпета и других ученых.

Изучение дисциплины помимо теоретической подготовки носит выраженную практическую направленность.

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

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

владением техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках (ОПК-5);

владением методами делового общения в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран (ОПК-6);

готовностью на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтничном и интернациональном окружении (ОПК-8);

способностью определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.02. Социально-гуманитарные инновации**

#### **Наименование и цель освоения дисциплины**

Учебная дисциплина «Социально-гуманитарные инновации» изучается студентами, осваивающими магистерскую программу по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Основная цель дисциплины «Социально-гуманитарные инновации» — выработать понимание студентами как развитие инновационных процессов оказывает существенное влияние на всю сопряженную с ними социальную инфраструктуру.

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

Учебная дисциплина «Социально-гуманитарные инновации» изучается магистрантами во втором семестре и относится к вариативной части учебного плана.

Содержание учебной дисциплины тесно связано с логикой и содержанием других изучаемых дисциплин: «Современная концептология социальных коммуникаций», «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах», «Информационная политика и управление информацией».

Успешное освоение дисциплины «Социально-гуманитарные инновации» направлено на подготовку магистров к изучению таких дисциплин, как: «Корпоративная социальная ответственность», «Маркетинг идей», «Проектирование социальных инноваций».

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

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

способностью определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12).

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **Б1.В.03. Современная концептология социальных коммуникаций**

##### **Наименование и цель освоения дисциплины**

Учебная дисциплина «Современная концептология социальных коммуникаций» изучается студентами, осваивающими программу магистратуры по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Основная цель дисциплины «Современная концептология социальных коммуникаций» состоит в развитии у студентов способности целенаправленно реализовывать профессиональные функции в динамично развивающихся секторах современных производств, PR и медиа. Выпускники программы готовятся к управлению процессами стратегического планирования, к решению нестандартных творческих задач в реализации инновационных интегрированных коммуникаций, к эффективному сочетанию прочных навыков практической работы и обеспечивающих долгосрочное профессиональное развитие компетенций исследовательско-аналитической деятельности. Инициированный курсом концептный анализ позволяет осуществить выход на уровень операционального знания.

На семинарских занятиях предпринимается попытка оптимизировать приобретенное на лекциях поле знаний по социологии коммуникаций, через

отбор тех содержательных единиц, которые дают возможности наибольшего развития в постижении этих непростых, но чрезвычайно важных для общества явлений.

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

Учебная дисциплина «Современная концептология социальных коммуникаций» относится к вариативному компоненту учебного плана. Учебная дисциплина «Современная концептология социальных коммуникаций» содержательно и логически связана с другими учебными дисциплинами: «Социально-гуманитарные инновации», «Корпоративная социальная ответственность», «Проектирование социальных инноваций» и др.

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

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

способностью определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.04. Современные проблемы коммуникативистики**

#### **Наименование и цель освоения дисциплины**

Учебная дисциплина «Современные проблемы коммуникативистики» предназначена для магистрантов, обучающихся по ОП направления подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», квалификация — «магистр».

Основная цель дисциплины «Современные проблемы коммуникативистики» состоит в том, чтобы дать студентам систематизированные знания 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.

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

Учебная дисциплина «Современные проблемы коммуникативистики» относится к вариативной части учебного плана (обязательные дисциплины). Учебная дисциплина «Современные проблемы коммуникативистики» содержательно и логически связана с другими учебными дисциплинами: «Современная концептология социальных коммуникаций», «Теория и практика ведения переговорного процесса» и др.

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

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

способностью определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.05. Корпоративные социальные инвестиции и социальное партнерство**

#### **Наименование и цель освоения дисциплины**

Учебная дисциплина «Корпоративные социальные инвестиции и социальное партнерство» изучается студентами, осваивающими программу магистратуры по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».



Целью данной учебной дисциплины является приобретение магистрантами необходимых знаний и навыков в сфере технологий внутренних и внешних социальных инвестиций, социального партнерства, оценке их эффективности в Российских условиях.

Задачи учебной дисциплины предполагают изучение:

понятия социальной ответственности;

этической стороны социальной ответственности;

внешней и внутренней направленности корпоративной и социальной ответственности;

механизмов реализации корпоративной социальной ответственности;

критериев оценки реализации социальных программ.

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

Дисциплина «Корпоративные социальные инвестиции и социальное партнерство» относится к вариативной части учебного плана.

Учебная дисциплина «Корпоративные социальные инвестиции и социальное партнерство» содержательно и логически связана с другими учебными дисциплинами. Предшествующие дисциплины: «Современная концептология социальных коммуникаций»; «Социально-гуманитарные инновации»; «Информационная политика и управление информацией». Изучение дисциплины необходимо для дальнейшего изучения таких дисциплин, как: «Проектирование социальных инноваций», «Фандрайзинг».

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

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

способностью руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **Б1.В.06. Проектирование социальных инноваций**

### **Наименование и цель освоения дисциплины**

Учебная дисциплина «Проектирование социальных инноваций» изучается студентами, осваивающими программу магистратуры по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

**Целью** учебной дисциплины «Проектирование социальных инноваций» развитие у студентов навыков свободного применения знаний по вопросам социальных инноваций, владеющих методами управления научными коллективами, исследованиями и разработками и способных работать на рынке нововведений.

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

Учебная дисциплина «Проектирование социальных инноваций» изучается магистрантами в третьем семестре и относится к вариативной части учебного плана.

Учебная дисциплина «Проектирование социальных инноваций» содержательно и логически связана с другими учебными дисциплинами. Предшествующие дисциплины: «Современная концептология социальных коммуникаций»; «Социально-гуманитарные инновации»; «Информационная политика и управление информацией». Полученные в ходе освоения дисциплины знания и навыки можно применять в ходе прохождения преддипломной практики, проведения научно-исследовательской работы, написания магистерской диссертации.

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

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

способностью планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2);

способностью определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.07. Информационная политика и управление информацией**

#### **Наименование и цель освоения дисциплины**

Целью учебной дисциплины «Информационная политика и управление информацией» является приобретение магистрантами необходимых знаний и навыков об информационной политике, формировании и развитии информационного общества в Российской Федерации на основе использования информационных и телекоммуникационных технологий.

Задачи учебной дисциплины предполагают изучение принципов создания современной информационной и телекоммуникационной инфраструктуры, формирование навыков и умения политическими средствами обеспечения качественных услуг и высокого уровня доступности для населения информации и технологий.

Другими задачами дисциплины являются:

изучение основных зарубежных и отечественных теорий информационной политики;

анализ особенностей трансформации современного медиапространства;

изучение практической значимости информационной политики государства;

изучение национальных интересов Российской Федерации в информационной сфере;

изучение возможностей реализации институтов гражданского общества в информационной политике государства;

анализ динамики развития информационной политики государства от диктатуры к демократии;

изучение особенностей информационной безопасности России;

изучение особенностей информационной политики государства в условиях неопределенности и кризиса;

изучение особенностей международного сотрудничества в области информационной политики.

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

Дисциплина «Информационная политика и управление информацией» относится к вариативной части учебного плана.

Программа учебной дисциплины «Информационная политика и управление информацией» предназначена для студентов 1 курса магистратуры. Студенты для изучения данной дисциплины должны обладать подготовкой в объеме курса по философии, истории и политологии.

Изучение дисциплины необходимо для дальнейшего изучения таких дисциплин, как: «Теория и практика ведения переговорного процесса», «Управление конфликтами», «Маркетинг идей» и др.

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

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

способностью руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.08. Коммуникации в средствах массовой информации**

#### **Наименование и цель освоения дисциплины**

Учебная дисциплина «Коммуникации в средствах массовой информации» изучается студентами, осваивающими программу магистратуры по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Основной целью дисциплины «Коммуникации в средствах массовой информации» является формирование у студента целостной системы знаний о закономерностях взаимодействия представителей компании с представителями различных видов СМИ, особенностях сотрудничества с каждым видом СМИ и выстраивания эффективных взаимовыгодных отношений.

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

Учебная дисциплина «Коммуникации в средствах массовой информации» относится к вариативной части учебного плана (обязательные дисциплины). Учебная дисциплина «Коммуникации в средствах массовой информации» содержательно и логически связана с другими учебными дисциплинами: «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах», «Планирование и реализация кампании по рекламе и связям с общественностью» и др.

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

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

способностью определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12).

### **Б1.В.ДВ. Дисциплины по выбору**

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

#### **Б1.В.ДВ.01.01. Теория и практика ведения переговорного процесса**

##### **Наименование и цель освоения дисциплины**

Учебная программа «Теория и практика ведения переговорного процесса» изучается студентами, осваивающими программу магистратуры по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Основная цель преподавания учебной дисциплины «Теория и практика ведения переговорного процесса» состоит в том, чтобы дать студентам систематизированные знания по темам, связанным с теорией и практикой ведения переговоров и современными технологиями делового общения.

В процессе изучения учебной дисциплины студенты овладевают общекультурными компетенциями, в частности использованием инновационных технологий в практической деятельности и способность строить свою деятельность в соответствии с нравственными, этическими и правовыми нормами. Кроме того, студенты получают профессиональные компетенции, связанные психологическими основами ведения переговоров и делового общения.

Задачи курса - научить студентов:

- Понимать значение переговоров для современной жизни;
- Применять теоретические знания для анализа переговорного процесса;
- Уметь применять полученные знания на практике в своей профессиональной деятельности.

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

Учебная программа «Теория и практика ведения переговорного процесса» является дисциплиной по выбору студента вариативной части учебного плана.

Учебная дисциплина «Теория и практика ведения переговорного процесса» содержательно и логически связана с другими учебными дисциплинами «Управление коммуникационной структурой организации», «Управление конфликтами» и др.

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

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

владением корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках (ОПК-3);

способностью вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов (ОПК-4);

способностью руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.ДВ.01.02. Управление конфликтами**

#### **Наименование и цель освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины «Управление конфликтами» 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.

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

Учебная дисциплина «Управление конфликтами» предназначена для студентов, обучающихся по направлению 42.04.01 — «Реклама и связи с общественностью», квалификация — «магистр», и является дисциплиной по выбору студента вариативной части учебного плана.

Учебная дисциплина содержательно и логически связана с другими учебными дисциплинами, изучаемыми студентами: «Управление коммуникационной структурой организации». Изучение дисциплины помимо теоретической подготовки носит выраженную практическую направленность.

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

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

владением корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках (ОПК-3);

способностью вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов (ОПК-4);

способностью руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.ДВ.02.01. Брендинг территорий**

#### **Наименование и цель освоения дисциплины**

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

Дисциплина «Брендинг территорий» представляет собой относительно новый для отечественной экономической науки раздел. Его место в системе вузовских экономических дисциплин определяется предметом изучения – пространственным аспектом состояния и функционирования экономики. «Брендинг территорий» предполагает осуществление деятельности субъектов территории по повышению ее привлекательности и роста благосостояния населения.

**Цель дисциплины** — создание у студентов системы знаний, необходимых для решения теоретических и практических задач развития территории, прочное усвоение студентами фундаментальных основ обеспечения привлекательности территорий и товаров внутри территорий.



**Объект изучения** дисциплины – территориальное управление и конкурентоспособность территорий.

**Предмет изучения** дисциплины – состояние и тенденции развития территории, создание и поддержание притягательности и престижа самой территории, а также привлекательности сосредоточенных на ней ресурсов производства и возможностей для их реализации и воспроизводства.

Маркетинг территорий является инструментом для решения таких разнопорядковых и функционально далеко не родственных, но весьма значимых для территорий проблем, как привлечение инвестиций, успешное проведение политических кампаний, управление развитием региона, повышение эффективности туризма, торговли недвижимостью и др.

Брендинг территорий — это маркетинг в интересах территории, ее внутренних, а также внешних субъектов, во внимании которых заинтересована территория.

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

Дисциплина «Брендинг территорий» изучается на 2 курсе магистратуры. Дисциплина «Брендинг территорий» относится к вариативной части учебного плана и является дисциплиной по выбору студента. Содержание дисциплины тесно связано с логикой и содержанием других дисциплин учебного плана: «Социально-гуманитарные инновации», «Корпоративная социальная ответственность», «Проектирование социальных инноваций» и др.

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

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

способностью определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.ДВ.02.02. Маркетинг идей**

#### **Наименование и цель освоения дисциплины**

Целью дисциплины «Маркетинг идей» является рассмотрение проблем маркетинга идей общественного характера, таких, как кампании по здравоохранению, ставящие своей целью борьбу с курением, алкоголизмом, наркоманией, переизбытком, кампании по защите окружающей среды, имеющие целью сохранение девственной природы, сохранение чистоты воздуха и пропаганду идей рационального природопользования, а также прочие кампании, касающиеся проблем планирования семьи, прав женщин и расового равноправия. Эту сферу деятельности принято называть общественным маркетингом.

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

Дисциплина «Маркетинг идей» относится к вариативной части учебного плана подготовки магистров и является дисциплиной по выбору. Содержание курса базируется на знаниях и умениях, полученных при получении предыдущего образования при изучении дисциплин: «Основы маркетинга», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», а также дисциплинах учебного плана магистратуры, изучавшихся ранее: «Информационная политика и управление информацией», «Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью».

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

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

способностью определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.ДВ.03.01. Гипертекст в рекламе и связях с общественностью**

#### **Наименование и цель освоения дисциплины**

Дисциплина «Гипертекст в рекламе и связях с общественностью» изучается студентами, осваивающими программу магистратуры по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

**Целями** освоения дисциплины «Гипертекст в рекламе и связях с общественностью» является показать студентам рекламу и пиар в терминах гипертекста. В современной литературе, посвященной связям с общественностью, функции и деятельность пиара, как правило, рассматриваются в отрыве от социальных, экономических, культурных и других процессов, происходящих в обществе. Между тем пиар не может быть самоцелью деятельности организации, он направлен на содействие достижению основных — коммерческих или политических — целей. Рассматривая рекламу и пиар в терминах гипертекста можно показать, что эффективность пиара (связей с общественностью) напрямую зависит от учета культурных, экономических и политических особенностей общества, на которое оказывается воздействие.

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

Дисциплина «Гипертекст в рекламе и связях с общественностью» относится к вариативной части учебного плана подготовки магистров и является дисциплиной по выбору.

Содержание дисциплины тесно связано с логикой и содержанием других дисциплин учебного плана, которые ей предшествуют: «Информационная политика и управление информацией», «Социально-гуманитарные инновации», «Технологии рекламы и связей с

общественностью в различных сферах», а также с содержанием научно-исследовательской работы. Знания и навыки, полученные в ходе изучения дисциплины, могут использоваться при написании исследовательской и проектной частей выпускной квалификационной работы.

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

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

способностью планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2);

способностью определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.ДВ.03.02. История рекламы и связей с общественностью**

#### **Наименование и цель освоения дисциплины**

Учебная дисциплина «История рекламы и связей с общественностью» изучается студентами, осваивающими программу магистратуры по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

**Целями** освоения дисциплины «История рекламы и связей с общественностью» являются получение студентами углубленных представлений истории рекламы и связей с общественностью, основных моделях их развития.

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

Дисциплина «История рекламы и связей с общественностью» относится к вариативной части учебного плана и является дисциплиной по выбору студента. Содержание дисциплины тесно связано с логикой и содержанием других дисциплин учебного плана, которые ей предшествуют:

«Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах», «Планирование и реализация кампании по рекламе и связям с общественностью», а также с содержанием научно-исследовательской работы. Знания и навыки, полученные в ходе изучения дисциплины, могут использоваться при написании исследовательской и проектной частей выпускной квалификационной работы.

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

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

способностью планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2);

способностью определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.ДВ.04.01. Фандрайзинг**

#### **Наименование и цель освоения дисциплины**

Целью данного курса является подготовить магистрантов к работе в сфере международного сотрудничества в области науки и образования, научить основам планирования и реализации научных проектов, освоить принципы поиска и сбора средств на проведение научных исследований.

#### **Задачи курса**

- рассмотреть основные виды фандрайзинговой деятельности;
- представить основные направления грантовой поддержки, осуществляемые международными и национальными фондами и программами;

- обучить основам работы с международными и отечественными грантодающими организациями;
- познакомить с основными этапами разработки и выполнения научных проектов.

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

Дисциплина «Фандрайзинг» относится к вариативной части учебного плана и является дисциплиной по выбору студента. Содержание дисциплины тесно связано с логикой и содержанием других дисциплин учебного плана: «Социально-гуманитарные инновации», «Корпоративная социальная ответственность», «Проектирование социальных инноваций» и др.

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

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

готовностью на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтничном и интернациональном окружении (ОПК-8);

способностью руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.ДВ.04.02. Консьюмеризм**

#### **Наименование и цель освоения дисциплины**

Цель дисциплины «Консьюмеризм» — сформировать у студентов знания актуальных проблем российского и зарубежного права в сфере защиты прав потребителей. формирования потребительских знаний на основе экономического и правового образования, социальной адаптации в обществе, умения определять направления и конкретные меры развития отечественного и зарубежного потребительского общества научить критически мыслить,

работать с разными источниками информации, а также дать навыки, закрепляющие указанные знания и умения в практической деятельности.

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

Дисциплина «Консьюмеризм» относится к вариативной части учебного плана подготовки магистров и является дисциплиной по выбору. Содержание курса базируется на знаниях и умениях, полученных при получении предыдущего образования при изучении дисциплин: «Философия», «Экономика», «Логика», «Политология», «Социология», «Психология».

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

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

готовностью на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтничном и интернациональном окружении (ОПК-8);

способностью руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13).

## **ФТД. Факультативы**

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **ФТД.01. Технологии персональной эффективности**

##### **Наименование и цель освоения дисциплины**

Учебная дисциплина Технологии персональной эффективности изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в сфере социальных инноваций» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (уровень магистратуры).

Основная цель изучения учебной дисциплины - формирование представлений о технология персональной эффективности, умений и развитие навыков применения технология персональной эффективности.

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

Учебная дисциплина «Технологии персональной эффективности» является факультативной дисциплиной и относится к вариативной части, изучается на 1 курсе.

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

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

готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **ФТД.02. Вопросы трудоустройства и управление карьерой**

#### **Наименование и цель освоения дисциплины**

Целью преподавания учебной дисциплины является формирование у студентов системы знаний об основах планирования карьеры и реализации их в практической деятельности.

Задачами дисциплины является овладение студентами системой ценностных установок и знаний, включающих в себя раскрытие сущности, значения карьеры при решении вопросов профессиональной ориентации, трудоустройства, занятости и профессионального развития молодёжи, определение типологии карьерных продвижений, методов планирования и развития карьеры, подходов к типологии жизненной структуры и этапов карьеры, изучение специфики составления резюме, карьерного портфолио, карьерного плана и схемы развития, системы оценки личностного и профессионального потенциала.



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

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

Учебная дисциплина «Вопросы трудоустройства и управление карьерой» предназначена для магистрантов, обучающихся по ОП направления подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», квалификация — «магистр». Дисциплина относится к факультативам.

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

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

готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3).