Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.О.01.01 ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| УК-4 | Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (-ых) языке (- ах). |
| ОПК-1 | Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины:** повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, и овладение обучающимися необходимым и достаточным уровнем коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях профессиональной деятельности при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования.

**Задачи дисциплины:**

* обеспечение усвоения языкового материала иностранного языка как средства общения;
* формирование, развитие и совершенствование речевых умений всех видов речевой деятельности: говорения, аудирования, чтения, письма;
* систематизация имеющихся у студентов знаний в области иностранного языка;
* расширение языкового запаса в области иностранного языка как знаковой системы (его фонетики, лексики, грамматики, речевых клише, правил речевого этикета);
* обеспечение накопления языкового опыта, овладение грамматическими навыками, обеспечивающими осуществление общей и профессиональной коммуникации, выработка навыков работы с оригинальными текстами по широкому и узкому профилю специальности.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к обязательной части программы бакалавриата.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 10 зачетных единиц, 360 академических часов *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)*.

**4.СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Тема 1. My Family and My Life |
| 2 | Тема 2. Appearence and Character |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.О.01.02 РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| УК-4 | Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (-ых) языке (- ах) |
| ОПК-1 | Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: развитие у обучающихся лингвистического мышления; формирование общекультурных и профессиональных компетенций; эстетическое и этическое воспитание языковой личности обучающихся; формирование навыков выбора языковых средств разных уровней в соответствии со стилями и жанрами речи.

**Задачи дисциплины**:

- помочь обучающимся совершенствовать культуру речи, то есть умение излагать свои мысли в соответствии темой, а также использовать изобразительно-выразительные возможности языка в соответствии с высказыванием, с коммуникативной целесообразностью и условиями общения;

- развить качества хорошей речи: содержательность (логичность, последовательность, знание фактического материала), правильность (владение нормами литературного языка), точность (умение употреблять слова в соответствии с их лексическими значениями), выразительность, чистоту и уместность;

- выработать навыки речевого этикета как свода определенных правил речевого общения (обращение, приветствие, извинение как формы вежливости, просьба, благодарность, поздравление, приглашение, показать связь речевого этикета с культурой поведения);

- познакомить обучающихся с основами современной риторики, основными законами порождения словесных произведений различных жанров, вооружить их необходимыми сведениями о красноречии с целью формирования определенных умений и навыков устного публичного выступления;

- помочь обучающимся овладеть основами выразительного чтения как искусства художественного слова, сформировать у них навыки словесного действия в процессе упражнений по технике речи, психотехнике и логике речи.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к обязательной части программы бакалавриата.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 академических часов *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4. Содержание ДИСЦИПЛИНЫ:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Современная языковая ситуация |
| 2 | Проблемы «экологии языка» |
| 3 | Современный русский литературный язык |
| 4 | Языковая норма, ее роль в становлении и функционировании литературного языка |
| 5 | Орфоэпические, морфологические и словообразовательные нормы |
| 6 | Лексические и синтаксические нормы. Отклонение от норм |
| 7 | Типологические признаки функциональных стилей русского языка |
| 8 | Стилистические нормы современного русского литературного языка |
| 9 | Культура письменной речи |
| 10 | Правила и приемы построения устного публичного выступления |
| 11 | Речевой этикет |
| 12 | Особенности речевого оформления документации |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1. О.01.03 ИСТОРИЯ ЗАРУБЕЖНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

Направление подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| УК-4. | Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (-ых) языке (- ах) |
| ОПК-3 | Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и медиапродуктов, коммуникационных продуктов |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: подготовить выпускника, обладающего знаниями об основных этапах истории зарубежной литературы, владеющего основами литературоведческой и искусствоведческой терминологии, знающего творчество классиков мировой литературы разных эпох, осознающего основные социокультурные тенденции, формирующие характерные особенности литературы определенной эпохи и специфические черты, обусловившие национальное своеобразие европейских литератур; имеющего навыки элементарного анализа формы и содержания художественного произведения, определяющего воздействие и влияние мировой литературы на русскую.

**Задачи дисциплины**:

* сформировать у обучающихся научное представление об основных эпохах в развитии мировой литературы от античности до наших дней, о факторах, лежащих в основе изменения характера культурного мышления от эпохи к эпохе;
* познакомить обучающихся с творчеством классиков мировой литературы, помогая осознать специфические национальные и эпохальные особенности их художественного мышления и значение в контексте развития мировой культуры;
* научить ориентироваться в богатом литературном пространстве, сформировать устойчивые критерии оценки при встрече с разными художественными явлениями;
* сформировать представление об основных тенденциях в развитии современной литературы.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к обязательной части программы бакалавриата.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 академических часов (*1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4. Содержание дисциплины:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Литература от античности до Нового времени |
| 2 | Европейская литература эпохи романтизма |
| 3 | Литература критического реализма |
| 4 | Европейская реалистическая литература 1830-1850-х гг. |
| 5 | Европейская литература конца XIX начала XX в. |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.О.01.04 ИСТОРИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| УК-3 | Способен осуществлять социальное взаимодействие, реализовывать свою роль в команде |
| ОПК-3 | Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и медиапродуктов, коммуникационных продуктов |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: познакомить обучающихся с основными этапами развития русской литературы, с выдающимися памятниками отечественной литературы, проследить появление тех или иных методов и направлений, объяснить феномен их появления и развития, научить анализировать произведения разных родов и жанров, принадлежащих разным историческим эпохам.

**Задачи дисциплины**:

* Научить создавать устные и письменные, монологические и диалогические речевые произведения научных и деловых жанров с учетом целей, задач, условий общения, включая научное и деловое общение в среде Интернет.
* Научить свободно общаться и читать оригинальную монографическую и периодическую литературу.
* Познакомить с видами коммуникационных кампаний и мероприятий, с ролью медиапланирования в подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к обязательной части программы бакалавриата.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академических часа *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4. Содержание дисциплины:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Введение. Своеобразие древнерусской литературы, периодизация. Стиль монументального историзма |
| 2 | Эмоционально-экспрессивный стиль в литературе Древней Руси. Особенности развития древнерусской литературы в 16 и 17 веках |
| 3 | Своеобразие развития русской литературы в первой половине 18 века. Классицизм в русской литературе |
| 4 | Своеобразие развития русской литературы во 2-ой пол. 18 века. Сентиментализм. Ранний русский реализм. Предромантизм. |
| 5 | Своеобразие развития русской литературы в 1-ой пол. 19 века. Романтизм |
| 6 | Творчество А. С. Пушкина и его значение для развития русской литературы |
| 7 | Творчество Н. В. Гоголя и его значение для развития русской литературы |
| 8 | Особенности развития русской литературы во 2-ой пол. 19 века |
| 9 | Творчество Ф.М.Достоевского и его значение для развития русской литературы |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.О.01.05 РИТОРИКА**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| УК-4 | Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (-ых) языке (- ах) |
| ОПК-1 | Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: повышение уровня общей и коммуникативной культуры будущего специалиста в области рекламы и связей с общественностью; формирование умений и навыков ведения диалога.

**Задачи дисциплины**:

* дать представление о предмете, основных категориях и понятиях риторики, ее культурно- историческом генезисе и месте в системе форм словесной культуры;
* раскрыть общие закономерности речи в условиях массовой коммуникации; особенности речевого поведения в социально-ориентированном общении; дать представление о культурной семантике общения, о специфике речевого поведения перед микрофоном и телевизионной камерой;
* на основе риторического анализа классических образцов и современной практики ораторов, СМИ, писателей сформировать у обучающихся навык практического использования в профессиональной деятельности средств риторики и смежных с нею наук: стилистики, логики, психологии, истории, журналистики и др.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к обязательной части программы бакалавриата.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академических часа *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4. Содержание дисциплины:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Введение. Риторика как норма гуманитарной культуры |
| 2 | Ораторское искусство в европейской культуре |
| 3 | Основные этапы и принципы подготовки публичного выступления |
| 4 | Мастерство элокуции |
| 5 | Логика в публичном выступлении |
| 6 | Риторика и журналистика |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.О.01.06 Стилистика и литературное редактирование**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| УК-4 | Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (-ых) языке (- ах) |
| ОПК-1 | Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: развитие у обучающихся лингвистического мышления; формирование языковой и коммуникативной компетенции; эстетическое и этическое воспитание языковой личности обучающихся; формирование навыков выбора языковых средств разных уровней в соответствии со стилями и жанрами речи, и навыков литературного редактирования текстов.

**Задачи дисциплины**:

* владеть нормами устной и письменной речи, качествами хорошей русской речи;
* знать экстралингвистические и лингвистические особенности функциональных стилей современного русского литературного языка;
* пользоваться словарями и справочниками;
* создавать и редактировать тексты профессионального и официально-делового назначения в соответствии с нормами современного русского литературного языка и стандартами оформления деловой документации;
* уметь анализировать, обобщать, критически воспринимать текстовую информацию в учебно-профессиональной, научной и официально-деловой сферах общения.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к обязательной части программы бакалавриата.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 академических часа. *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4. Содержание дисциплины:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Современный русский литературный язык |
| 2 | Языковая норма, ее роль в становлении и функционировании литературного языка |
| 3 | Орфоэпические, орфографические, морфологические нормы |
| 4 | Лексические, синтаксические, пунктуационные нормы |
| 5 | Типологические признаки функциональных стилей русского языка: научный, публицистический, официально-деловой, художественный, разговорный стили |
| 6 | Стилистические нормы современного русского литературного языка |
| 7 | Правила и приемы литературного редактирования |
| 8 | Специфика редактирования в рамках разных стилей |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.О.01.07 МИРОВАЯ ХУДОЖЕСТВЕННАЯ КУЛЬТУРА**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| ОПК-3 | Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и медиапродуктов, коммуникационных продуктов |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: изучение мировой художественной культуры в процессе становления и развития.

**Задачи дисциплины**:

* формирование целостного представления о феномене искусства, его видах сущности, функциях и мировых шедеврах;
* обогащение и развитие внутреннего духовного мира, понимание прекрасного, пробуждение интереса к самостоятельному творческому освоению многовекового наследия мировой и отечественной культуры, влияющему на формирование гуманистического мировоззрения.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к обязательной части программы бакалавриата.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4. Содержание дисциплины:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Понятие о культуре. Культура и цивилизация. Функции искусства, виды и жанры искусства |
| 2 | Первобытная культура. Периодизация, особенности. Религия, миф. |
| 3 | Культура ранних цивилизаций |
| 4 | Античность. |
| 5 | Средневековая Европа |
| 6 | Искусство эпохи Возрождения |
| 7 | Искусство XVII века. Барокко. Классицизм |
| 8 | Искусство классицизма XVII-XVIII вв. |
| 9 | Искусство романтизма |
| 10 | Европейское реалистическое искусство XIX в. |
| 11 | Искусство эпохи модерна |
| 12 | Основные направления и тенденции развития современного зарубежного искусства. |
| 13 | Искусство Древней Руси |
| 14 | Русское искусство 18 в. |
| 15 | Русское искусство 19 в. Романтизм и реализм |
| 16 | Русское искусство конца 19 – начала 20 в. |
| 17 | Основные направления и тенденции развития отечественного искусства ХХ в. |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.О.02.01 ИСТОРИЯ**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| УК-1 | Способен осуществлять систематизированные поиск, сбор, анализ и синтез необходимой информации для решения поставленных задач |
| УК-5 | Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах |
| ОПК-5 | Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: сформировать у обучающихся осознанный интерес к истории, которая содержит в себе мудрость поколений и богатое духовное наследие.

При этом искренний интерес и уважение к истории является показателем нравственной зрелости человеческой личности. Знание истории позволяет объективно оценивать современность сквозь призму прошедших эпох.

**Задачи дисциплины**:

* раскрыть главные сюжеты яркой и драматичной истории с древнейших времен до наших дней;
* отразить особенности национально-культурного и социально-экономического развития в различный период истории;
* выделить отличительные черты менталитета, национального самосознания, свойственных нашему народу;
* на примере истории продемонстрировать закономерность исторического развития, обусловленность различных исторических процессов.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к обязательной части программы бакалавриата.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 академических часа *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)*.

**4. Содержание дисциплины:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | История как наука. |
| 2 | *Всеобщая история.* История древнего мира (первобытное общество, восточная и античная цивилизации) |
| 3 | *Всеобщая история*. Мир в эпоху Средних веков. |
| 4 | *Отечественная история*. Этногенез восточных славян. Древнерусское государство IX – XI веков. |
| 5 | *Всеобщая история*. Средневековая Русь XII – XVI веков. |
| 6 | *Всеобщая история*. Мир в эпоху Нового времени (XVI – XIX вв.) |
| 7 | *Отечественная история*. Россия в годы правления династии Романовых (XVII – XIX вв.) |
| 8 | *Всеобщая история*. Новейшее время в мировой истории. |
| 9 | *Отечественная история*. Советская Россия и СССР в (1917 – 1941 гг.) |
| 10 | *Отечественная история*. Великая Отечественная война 1941 – 1945 гг. |
| 11 | *Отечественная история*. СССР в 1946 – 1991 гг. |
| 12 | *Отечественная история*. Современная история России и мира. |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.О.02.02 ФИЛОСОФИЯ**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| УК-1 | Способен осуществлять систематизированные поиск, сбор, анализ и синтез необходимой информации для решения поставленных задач |
| УК-5 | Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах. |

**2. Место ДИСЦИПЛИНЫ В структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: сформировать у обучающихся систему знаний по основным направлениям философии, по содержанию наиболее значительных философских учений, по истории важнейших философских течений и школ, начиная с эпохи античности и до наших дней; сформировать представление о философии как о специфической форме общественного сознания, способе познания и духовного освоения мира; ввести учащегося в круг важнейших философских проблем.

**Задачи дисциплины**:

* + систематизировать знания о природе мышления и закономерностях взаимодействия человека и общества, выработанные на основе классической философской традиции, проверенной многовековым опытом интеллектуальной культуры человечества; обеспечить знание философской терминологии, содержания и взаимосвязей философских категорий; знание философских персоналий;
  + уметь ориентироваться в существующем разнообразии древней и современной философской литературы; оперировать философской терминологией; грамотно излагать содержание всех, предусмотренных тематическим планом данной программы, философских концепций; анализировать философские проблемы, предполагаемые данной учебной программой, давать развёрнутые определения основным философским терминам, определять тематическую, мировоззренческую, идейно-теоретическую направленность любого русскоязычного философского текста;
  + иметь навыки работы с философской литературой и работы на семинарских занятиях, навыки самостоятельного изложения, ранее изученных, философских концепций, навыки комментирования и интерпретации философских текстов; навыки приобретения, использования и обновления гуманитарных (социально-экономических и политических) знаний.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к обязательной части программы бакалавриата.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4. Содержание дисциплины:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Предмет философии. Место и роль философии в культуре. Структура философского знания. |
| 2 | Становление философии. Основные направления, школы философии и этапы ее исторического развития. |
| 3 | Учение о бытии. Монистические и плюралистические концепции бытия, самоорганизация бытия. Понятия материального и идеального. Пространство, время. Движение и развитие, диалектика. Детерминизм и индетерминизм. Динамические и статические закономерности. Научные, философские и религиозные картины мира. |
| 4 | Человек, общество, культура. Человек и природа. Общество и его структура. Гражданское общество и государство. Человек в системе социальных связей. Человек и исторический процесс; личность и массы, свобода и необходимость. Формационная и цивилизационная концепции общественного развития. |
| 5 | Философия ценностей. Смысл человеческого бытия, Насилие и ненасилие. Свобода и ответственность. Мораль, справедливость, право. Нравственные ценности. Представления о совершенном человеке в различных культурах. Эстетические ценности и их роль в человеческой жизни. Религиозные ценности и свобода совести. |
| 6 | Сознание и познание. Сознание, самосознание и личность. Познание, творчество, практика. Вера и знание. Понимание и объяснение. Рациональное и иррациональное в познавательной деятельности. Проблема истины. Действительность, мышление, логика и язык. Научное и вненаучное знание. |
| 7 | Философия науки. Критерии научности. Структура научного познания, его методы и формы. Рост научного знания. Научные революции и смены типов рациональности. Наука и техника. |
| 8 | Будущее человечества. Глобальные проблемы современности. Взаимодействие цивилизаций и сценарии будущего. |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.О.02.03 ЛОГИКА И ТЕОРИЯ АРГУМЕНТАЦИИ**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| УК-1. | Способен осуществлять систематизированные поиск, сбор, анализ и синтез необходимой информации для решения поставленных задач |
| ОПК-4 | Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: раскрыть основные способы логического воздействия на убеждения людей, включая эмпирическую, теоретическую и контекстуальную аргументацию; сформировать у обучающихся понимание форм и законов логического мышления, вооружить их методологией формально-логического решения наиболее типичных профессиональных проблем в рамках аргументационного процесса; развить навыки аналитического мышления, включающего способность анализировать с точки зрения логической правильности собственные рассуждения и рассуждения оппонента; сформировать у обучающихся научные логические основы полемических навыков, усиливающие их мировоззренческую позицию и направленные на эффективное решение задач, выдвигаемых профессиональной теорией и практикой.

**Задачи дисциплины**:

* + Способствовать формированию у обучающихся системы знаний о принципах правильного мышления и формально-логических законах.
  + Привить практические навыки выполнения логических операций с понятиями и суждениями, ознакомить с правилами дедуктивных и индуктивных умозаключений.
  + Дать основы теории аргументации (понятие о доказательстве и опровержении, логически корректных и некорректных аргументах).

**Место дисциплины**: дисциплина относится к обязательной части программы бакалавриата.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 академических часов *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4. Содержание дисциплины:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Роль и место теории аргументации в системе философского знания. Искусство аргументации и предпосылки становления теории |
| 2 | Основные проблемы теории аргументации. Культурно-исторические типы и формы аргументации |
| 3 | Современные подходы к формальному неформальнологическому и внелогическому исследованию правильности рассуждения |
| 4 | Коммуникативная структура аргументирования. Классификация коммуникативных ситуаций |
| 5 | Аргументация как сложный речевой акт. Основные правила к изобретению, подготовке и представлению речи |
| 6 | Структура аргументации. Стратегия и тактика использовании доказательства и опровержения. |
| 7 | Корректные и некорректные приемы аргументации: теория и практика. Правила и ошибки аргументации |
| 8 | Антропологический взгляд на процедуры обоснования |
| 9 | Теория и практика аргументирования в науке и в повседневности. Соотношение логики, аргументации и риторики |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.О.02.04 ОСНОВЫ ГОСУДАРСТВА И ПРАВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| УК-2 | Способен участвовать в разработке и реализации проектов |
| ОПК-5 | Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования |

**2. Место ДИСЦИПЛИНЫ В структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: формирование социально-правовой и профессиональной компетентности, правовой культуры у обучающихся как граждан Российской Федерации, исследование вопросов взаимодействия властных структур с населением, анализ прав, и свобод граждан РФ.

**Задачи дисциплины**:

а) знать систему правовых знанийоб основных закономерностях и этапах исторического развития общества, о роли России в истории человечества и на современном этапе; о правовых, экологических, экономических и этических аспектах профессиональной деятельности;

б) уметьанализировать и оценивать социально-экономическую и политическую информацию; использовать правовые знания при осуществлении профессиональной деятельности;

в) иметь навыкиработы с юридической терминологией, с правовыми актами; анализа различных правовых явлений, юридических фактов, правовых норм и правовых отношений, являющихся объектами профессиональной деятельности; анализа правоприменительной и правоохранительной практики; разрешения правовых проблем и коллизий; принятия необходимых мер по защите прав человека и гражданина.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к обязательной части программы бакалавриата.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4. Содержание дисциплины:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Общая характеристика правоведения как системы юридических наук |
| 2 | Государство: понятие, признаки, функции, форма. |
| 3 | Место и роль права в системе социального регулирования |
| 4 | Нормы права |
| 5 | Источники (форма) права. |
| 6 | Теория правоотношений |
| 7 | Реализация норм права |
| 8 | Правонарушения и юридическая ответственность |
| 9 | Система права: понятие и характеристика ее элементов |
| 10 | Отрасли публичного права: Конституционное право |
| 11 | Отрасли публичного права: Административное право |
| 12 | Отрасли публичного права: Уголовное право. |
| 13 | Отрасли частного права: Гражданское право |
| 14 | Отрасли частного права: Семейное право. |
| 15 | Отрасли частного права: Трудовое право |
| 16 | Экологическое право |
| 17 | Правовая защита информации и государственной тайны |
| 18 | Правовое регулирование общественных отношений в профессиональной деятельности |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.О.02.05 МАТЕМАТИКА И СТАТИСТИКА**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| УК-2. | Способен участвовать в разработке и реализации проектов |
| ОПК-4 | Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: формирование знаний в области математической логики, линейной алгебры, аналитической геометрии, математического анализа, теории вероятностей и математической статистики с учетом содержательной специфики предметов «Математика», «Алгебра» в общеобразовательной школе.

**Задачи дисциплины**:

* рассмотреть базовые понятия математической логики и теории множеств, линейной алгебры, математического анализа;
* рассмотреть основные разделы теории вероятностей и математической статистики, необходимые обучающимся в процессе профессиональной подготовки по данному направлению;
* установить основные подходы к описанию случайных явлений;
* изучить основные методы решения вероятностных задач с использованием средств алгебры и математического анализа;
* обеспечить навыки применения знаний в области математики в будущей практической деятельности;
* изучить основные методы решения статистических задач социально-гуманитарной сферы с использованием понятийного аппарата математической статистики;
* изучить эффективные методы решения прикладных задач гуманитарного характера, допускающих статистические представления;
* обеспечить навыки применения данных знаний в будущей практической деятельности.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к обязательной части программы бакалавриата.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часов *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)*.

**4. Содержание дисциплины:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Множества и операции с ними |
| 2 | Логика высказываний. |
| 3 | Алгебра: системы линейных уравнений |
| 4 | Аналитическая геометрия |
| 5 | Функции и пределы |
| 6 | Производная и интегралы |
| 7 | Комбинаторика |
| 8 | Основные формулы и теоремы теории случайных событий |
| 9 | Дискретные случайные величины |
| 10 | Непрерывные случайные величины |
| 11 | Статистическая совокупность и ее характеристики |
| 12 | Оценки параметров распределения и проверка гипотез |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.О.02.06 МЕТОДОЛОГИЯ НАУЧНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| УК-1 | Способен осуществлять систематизированные поиск, сбор, анализ и синтез необходимой информации для решения поставленных задач |
| ОПК-4 | Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: дать целостное представление об организации научных исследований (индивидуальных и коллективных) в разных сферах деятельности.

**Задачи дисциплины**:

* дать представление о науке как форме культуры и особенностях научного творчества;
* познакомить с основаниями методологии науки, со структурой научного исследования и принципами научного познания;
* проследить основные концептуальные подходы к исследованию рекламной и PR-деятельности;
* раскрыть особенности междисциплинарного исследования в сфере медиакоммуникаций;
* содействовать повышению уровня методологической культуры в процессе научных изысканий в области рекламы и PR в современном медиакультурном пространстве;
* способствовать овладению научным тезаурусом, используемым в процессе научных исследований в сфере медиакоммуникаций, основными методами и средствами научного исследования;
* привлечь обучающихся к проблемам становления новых областей научного знания: рекламоведения, пиарология, коммуникативистика в интеграции с социально-гуманитарными и экономическими научными дисциплинами;
* обобщить имеющиеся представления о междисциплинарной методологии, используемой в научных исследованиях о рекламе и связях с общественностью;
* расширить представления о рекламе и связях с общественностью как объектах научной рефлексии, о применении инструментария социально-гуманитарных и экономических наук при проведении научных изысканий в области рекламы и связях с общественностью;
* создать необходимые условия для овладения навыками поиска научной литературы, анализа и систематизации научной информации междисциплинарного характера по различным аспектам профессиональной медиакоммуникации;
* познакомить с инвентарем средств коммуникативного воздействия, используемых в PR и рекламе в СМИ, привить базовые навыки использования этих средств на этапе исследования процессов управления рекламным и PR-коммуникациями;
* научить руководствоваться требованиями к подготовке и оформлению научного доклада, тезисов, научной статьи, курсовой работы, проекта и бакалаврской работы;
* приобщить к анализу результатов междисциплинарных исследований в области рекламы и связях с общественностью;
* продемонстрировать студентам возможности использования результатов маркетинговых, психологических, социологических, филологических, культурологических, искусствоведческих исследований в рекламе и связях с общественностью, направленных на продвижение аудиовизуальной и арт-продукции, социокультурных учреждений и современных арт-пространств в СМИ;
* вооружить студентов навыками публичной защиты результатов научных изысканий.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к обязательной части программы бакалавриата.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 академических часа. *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4. Содержание дисциплины:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Введение. Понятие «методология». Цели и задачи методологии науки. |
| 2 | Методология научно-исследовательской деятельности в организациях высшего образования |
| 3 | Научное исследование в системе медиакоммуникаций |
| 4 | Классификация и специфика коммуникативных наук |
| 5 | Научное знание как целостная система. Методы научного исследования в сфере профессиональной коммуникации |
| 6 | Проектирование научного исследования в области медиакоммуникаций |
| 7 | Процесс работы с научной информацией в коммуникативной сфере |
| 8 | Научная работа студентов в медиаобразовательном процессе |
| 9 | Структура и основные требования к выпускной квалификационной работе по рекламе и связям с общественностью |
| 10 | Оформление результатов научно-исследовательской деятельности в области рекламы и связей с общественностью |
| 11 | Интеграция теории и практики в научно-исследовательской деятельности в коммуникативной сфере |
| 12 | Научная коммуникация в рекламе и связях с общественностью как процесс и результат исследовательской деятельности |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.О.02.07 Налоговая система Российской Федерации**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| УК-2 | Способен участвовать в разработке и реализации проектов |
| УК-9 | Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности |
| УК-10 | Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению |
| ОПК-5 | Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования |

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП:**

**Цель дисциплины**: подготовить выпускника, обладающего теоретическими и методологическими знаниями в области налоговой системы РФ.

**Задачи дисциплины:**

* формирование навыка системного подхода при освоении и применении современных методов научного исследования, анализе научной информации необходимой для решения задач в области налогообложения, функционирования всех звеньев налоговой системы на федеральном, региональном и местном уровнях в сфере профессиональной деятельности;
* овладение навыками расчета и исполнения налоговых обязательств юридических и физических лиц в бюджет и формирование представления об осуществлении налогового контроля за правильностью исчисления и уплаты налоговых платежей;
* формирование необходимых теоретических знаний, умений и практических навыков в области налогообложения в РФ.

**Место дисциплины:** дисциплина относится к обязательной части программыбакалавриата**.**

**3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| **№** | **Наименование блока (раздела) дисциплины** |
| 1 | Введение. Основы налоговой системы РФ |
| 2 | Раздел 1: Федеральные налоги, сборы, взносы  2. Налог на прибыль организаций |
| 3 | Раздел 1: Федеральные налоги, сборы, взносы  3. Налог на добавленную стоимость (НДС). Акцизы |
| 4 | Раздел 1: Федеральные налоги, сборы, взносы  4. Страховые взносы |
| 5 | Раздел 1: Федеральные налоги, сборы, взносы  5. Налог на доходы физических лиц |
| 6 | Раздел 1: Федеральные налоги, сборы, взносы  6. Платежи за пользование природными ресурсами |
| 7 | Раздел 1: Федеральные налоги, сборы, взносы  7.Государственная пошлина |
| 8 | Раздел 2: Региональные и местные налоги  8. Налог на имущество организаций |
| 9 | Раздел 2: Региональные и местные налоги  9. Транспортный налог. Налог на игорный бизнес |
| 10 | Раздел 2: Региональные и местные налоги  10. Земельный налог |
| 11 | Раздел 2: Региональные и местные налоги  11. Налог на имущество физических лиц |
| 12 | Раздел 2: Региональные и местные налоги  12. Торговый сбор |
| 13 | Раздел 3: Специальные режимы налогообложения  13. Упрощенная система налогообложения (УСН). Единый сельскохозяйственный налог (ЕСХН) Система налогообложения при выполнении соглашений о разделе продукции |
| 14 | Раздел 3: Специальные режимы налогообложения  14. Налогообложение на основе патента. Налог на профессиональный доход для самозанятых граждан |
| 15 | Раздел 4: Учет и отчетность по налогам  15. Учет и отчетность по налогам в инспекциях Федеральной налоговой службы (ФНС) РФ |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.О.02.08 КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИНФОРМАТИКА**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| УК-1 | Способен осуществлять систематизированные поиск, сбор, анализ и синтез необходимой информации для решения поставленных задач |
| ОПК-4 | Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: ознакомление обучающихся с современными компьютерными технологиями, формирование правильного и всестороннего представления о возможностях использования компьютерных технологий в профессиональной деятельности, формирование навыков применения компьютерной техники и программного обеспечения в своей профессиональной деятельности.

**Задачи дисциплины**:

* повышение общей информационной культуры обучающихся,
* формирование у обучающихся практических навыков использования компьютерных технологий,
* изучение возможностей и функций представителей основных классов программного обеспечения.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к обязательной части программы бакалавриата.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 академических часов *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4.СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Информационные технологии и их роль в современном обществе |
| 2 | Автоматизация обработки данных в офисных пакетах программ |
| 3 | Технологии обработки текстовой информации в текстовом процессоре |
| 4 | Технологии обработки числовой информации в табличном процессоре |
| 5 | Технологии разработки деловой графики |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.О.02.09 КУЛЬТУРОЛОГИЯ**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| ОПК-3 | Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и медиапродуктов, коммуникационных продуктов |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: формирование систематизированных знаний о культурологии как самостоятельной области знания, со своим предметом и методами исследования; знакомство с историей культурологической мысли; раскрытие основных этапов становления и развития культурологии; обеспечение упорядоченных знаний по основным направлениям культурологического знания и введение обучающихся в круг важнейших культурологических проблем.

**Задачи дисциплины**:

* систематизировать знания о культуре и её соотношении с природой и другими аспектами общественного бытия; о закономерностях культурно-исторического процесса и особенностях развития национальной культуры; о разных подходах к изучению культур, сформировавшихся в рамках классической философской традиции;
* сформировать умения выделять и анализировать культурные аспекты реальности, пользоваться методами культурологического анализа, выявлять роль культурных факторов в политической, экономической, религиозной сферах социального бытия;
* сформировать навыки работы с культурологической и философско-культурологической литературой (анализ, интерпретация, сопоставление, резюмирование); навыки непосредственного наблюдения и научного анализа культурной реальности.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к обязательной части программы бакалавриата.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 академических часов *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4. Содержание дисциплины:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Специфика культурологи как комплексной гуманитарной науки и её место в системе социо-гуманитарных дисциплин |
| 2 | Культура как предмет философского осмысления |
| 3 | Основные понятия культурологи |
| 4 | Типология культур |
| 5 | Культура и природа. Культура и общество. Культура и глобальные проблемы современности |
| 6 | История культуры. Человек и культура в первобытном обществе. Культура античности |
| 7 | Средневековье и эпоха Возрождения в истории культуры. Просвещение. Романтизм |
| 8 | Эпоха кризиса классической буржуазной культуры (2-я пол. ХIХ в.). Русская культура |
| 9 | Современные тенденции в развитии культуры |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.О.03.01 ПСИХОЛОГИЯ**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| ОПК-4 | Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**:

- создание условий для самооценки личностных и профессиональных качеств, способствующих дальнейшему развитию выпускника-бакалавра;

- формирование умения применять психологические знания в конкретных профессиональных ситуациях, связанных с человеческими взаимоотношениями;

- формирование психологической культуры необходимой для успешной организационно-управленческой деятельности.

**Задачи дисциплины**: формирование необходимых теоретических знаний, умений и практических навыков в области психологического знания, предполагающего наличие компетенций коммуникативного, перцептивного и интерактивного характера, необходимых для продуктивного общения в профессиональной и социальной сферах, умение управлять коллективом и предотвращать конфликты, а также наличие навыков, способствующих развитию собственной личности.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к обязательной части программы бакалавриата.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы или 72 академических часа *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)*.

**4. Содержание дисциплины:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Психология как наука. Проблема человека в психологии. Методы исследования в психологии |
| 2 | Познавательные психические процессы: ощущение и восприятие |
| 3 | Познавательные психические процессы: внимание, воображение, память. Приемы и методы развития внимания и памяти |
| 4 | Познавательные психические процессы: мышление и речь. Приемы и методы развития мышления |
| 5 | Эмоционально-волевые психические процессы. Приемы и методы управления эмоциями и развития волевых компонентов характера |
| 6 | Психология личности. Индивид, личность, субъект деятельности, индивидуальность. Теории личности |
| 7 | Темперамент и характер |
| 8 | Общение как социально-психологический феномен |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.О.03.02 ЭКОНОМИКА В МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЯХ**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| ОПК-2 | Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и медиапродуктах, коммуникационных продуктах |

**2. Место дисциплины в структуре оп:**

**Цель дисциплины**: формирование у обучающихся современных научных представлений об экономике, её месте и значении в жизни общества, а также приобретение конкретных навыков экономического мышления, необходимых для успешной самостоятельной экономической и трудовой деятельности специалистов с высшим образованием.

**Задачи дисциплины**:

* формирование у обучающихся системного представления об экономике, ее элементах и экономических процессах, происходящих на микро-, мезо-, макро- и мегауровне;
* формирование у обучающихся теоретических и практических навыков экономического мышления в своей профессиональной деятельности;
* формирование у обучающихся практических навыков по экономической деятельности.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к обязательной части программы бакалавриата.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоёмкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы или 108 академических часов *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)*.

**4. Содержание дисциплины:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Экономическая теория: предмет, структура, метод |
| 2 | Рыночная система. Типы рыночных структур |
| 3 | Механизм функционирования рынка: спрос и предложение |
| 4 | Фирма: затраты и выпуск, масштабы деятельности, организационные формы |
| 5 | Роль государства в функционировании рынка |
| 6 | Основные макроэкономические показатели и их значение |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.О.03.03 СОЦИОЛОГИЯ**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| УК-5. | Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах |
| ОПК-4 | Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: формирование у обучающихся знаний о закономерностях функционирования и развития современного общества как целостной, динамично развивающейся социальной системы, ее элементах, их взаимосвязи и взаимодействии, а также практических знаний и навыков в области социологии в объеме, необходимом для будущей профессиональной деятельности; формирование социальных компетенций, которые позволят будущим специалистам сознательно и рационально действовать в социальном окружении, принимать соответствующие решения частного и публичного характера, анализировать социальные явления и процессы, оценивать их как позитивные, так и негативные влияния на их личную жизнь и на жизнь общества.

**Задачи дисциплины**:

* дать знания о базовых понятиях и категориях социологии, методах конкретно-социальных исследований; основных этапах развития социологической мысли и современных направлениях социологической теории; специфике развития общества как социальной системы; особенностях функционирования социальных институтов, их структуре, типологии, функциях и дисфункциях; формах социальных изменений и механизмах возникновения и разрешения социальных конфликтов; социологических подходах к изучению личности, понятии социализации, со­циальных норм и социального контроля; принципах, методах, структуре социального управления;
* сформировать умения выделять специфику социальной сферы общества, находить взаимосвязи между различными социальными явлениями и процессами; применять категории социальной науки для самостоятельного анализа и оценки общественных процессов; применять полученные знания по социологии при изучении специальных дисциплин, а также в процессе профессиональной деятельности; классифицировать и анализировать социальные концепции в контексте места и времени их создания; определять степень актуальности различных социальных концепций для современной России; анализировать причины, поводы социальных конфликтов, этапы их протекания и пути разрешения; применять социологические знания в процессе управленческой деятельности на различных уровнях;
* сформировать навыки работы основными методами социологического исследования; навыки организации и проведения социологических исследований; способы принятия оптимальных управленческих решений на основе имеющейся информации.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к обязательной части программы бакалавриата.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 академических часов *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4. Содержание дисциплины:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Предыстория и социально-философские предпосылки социологии как науки. Социологический проект О. Конта. Классические социологические теории. |
| 2 | Современные социологические теории. Русская социологическая мысль. |
| 3 | Общество и социальные институты. Мировая система и процессы глобализации. |
| 4 | Социальные группы и общности. Виды общностей. Общность и личность. Малые группы и коллективы. Социальная организация. Социальные движения. |
| 5 | Социальное неравенство, стратификация и социальная мобильность. Понятие социального статуса |
| 6 | Социальное взаимодействие и социальные отношения. Общественное мнение как институт гражданского общества |
| 7 | Культура как фактор социальных изменений. Взаимодействие экономики, социальных отношений и культуры. |
| 8 | Личность как социальный тип. Социальный контроль и девиация. Личность как деятельный субъект |
| 9 | Социальные изменения. Социальные революции и реформы. Концепция социального прогресса. Формирование мировой системы. Место России в мировом сообществе |
| 10 | Организация и проведение социологических исследований. Методы социологических исследований |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1. О. 03.04 россия в глобальном информационном пространстве**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| УК-2 | Способен участвовать в разработке и реализации проектов |
| ОПК-2 | Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и медиапродуктах, коммуникационных продуктах |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: помочь обучающимся решать профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности, а именно: участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры, написание аналитических справок, обзоров и прогнозов.

**Задачи дисциплины**: формирование указанных выше компетенций.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к обязательной части программы бакалавриата.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость по дисциплине составляет 4 зачетные единицы, 144 академических часа *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4. Содержание дисциплины:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Введение**.** Специфика предмета. Связь с другими науками. История становления |
| 2 | Тема 1. Информационное общество: за и против |
| 3 | Тема 2. Понятие глобального информационного пространства |
| 4 | Тема 3. Глобальное информационное пространство: этика и безопасность |
| 5 | Тема 4. Политика государства в информационной сфере |
| 6 | Тема 5. Единое информационное пространство России |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1. О.03.05 КОНСАЛТИНГ В СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| ОПК-3 | Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и медиапродуктов, коммуникационных продуктов. |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: подготовить выпускника, обладающего знаниями об организации, конституционных принципах научных исследований и профессиональными компетенциями, необходимыми в научно-исследовательской деятельности.

**Задачи дисциплины**:

* изучить понятие науки, методологические основы научного исследования и особенности методики проведения исследования и написания выпускной квалификационной работы;
* сформировать умения системного подхода при освоении и применении современных методов научного исследования, анализе научной информации необходимой для решения задач в предметной сфере профессиональной деятельности;
* сформировать мотивационные установки к организации и самоуправлению научно-исследовательской деятельностью, совершенствованию и развитию собственного общеинтеллектуального, общекультурного, научного потенциала, его применению при решении задач в предметной сфере профессиональной деятельности.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к обязательной части программы бакалавриата.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4.СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Тема 1. Консалтинг как вид профессиональной деятельности в системе связей с общественностью |
| 2 | Тема 2. Исторические предпосылки возникновения и развитие консалтинга в PR. Возникновение консультирования: 3 основных источника появления консалтинга. |
| 3 | Тема 3. Субъекты и объекты консалтинговой деятельности |
| 4 | Тема 4. Процесс институционализации консультирования |
| 5 | Тема 5. Модели консалтинга в профессиональной сфере Взаимоотношение «клиент – консалтинговая фирма». |
| 6 | Тема 6. Ведущие мировые и отечественные консалтинговые компании. Методы их работы. Характеристика ведущих мировых и отечественных консалтинговых компаний. Примеры их функционирования. |
| 7 | Тема 7 Специфика консалтинговых услуг в России. Становление отечественного консалтинга как профессиональной деятельности. |
| 8 | Тема 8. Консалтинговый процесс и консалтинговый проект: сущность, этапы, специфика Консультирование как способ психологического взаимодействия консультанта с клиентом. Проблема установления «рабочего союза». |
| 9 | Тема 9. Комплексная PR-стратегия как продукт PR-консультирования. Принципы стратегического планирования (ситуационный анализ рынка, анализ целевой аудитории, психология потребительского поведения). |
| 10 | Тема 10. Политический консалтинг. в системе общественных связей и информационно-коммуникационных процессов. Управленческое консультирование в политике. |
| 11 | Тема 11. Управление кризисом. Организационное поведение в кризисных ситуациях. |
| 12 | Тема 12. Тенденции развития рынка консалтинговых услуг. Тенденции изменения спроса на консалтинговые услуги. |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.О.03.06 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| УК-3. | Способен осуществлять социальное взаимодействие, реализовывать свою роль в команде |
| ОПК-4 | Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: формирование основ теоретического и практического знания в области маркетинга.

**Задачи дисциплины**:

* изучить концепции маркетинга;
* проанализировать структуру и элементы маркетинговой среды организации;
* изучить специфику поведения потребителей на рынке товаров и услуг;
* освоить базовые положения сегментирования рынка и позиционирования;
* ознакомиться с общими принципами товарной политики;
* проанализировать содержание ценовой политики организации;
* изучить процессы организации сбыта товаров и услуг;
* освоить методы продвижения и стимулирования сбыта товаров и услуг.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к обязательной части программы бакалавриата.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет **4** зачетные единицы, **144** академических часа *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4.СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
|  | Концепция маркетинга |
|  | Маркетинговая среда организации |
|  | Поведение покупателей при совершении покупки на потребительском рынке |
|  | Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товара |
|  | Товар и товарная политика |
|  | Цена и ценовая политика |
|  | Организация сбыта и сбытовая политика |
|  | Продвижение товара и стимулирование сбыта |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1. О.03.07 ПОЛИТИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| УК-2 | Способен участвовать в разработке и реализации проектов |
| ОПК-2 | Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и медиапродуктах, коммуникационных продуктах |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: дать целостное представление о теоретических и практических аспектах управления политическими коммуникациями, формирования политической системы, политической культуры, политической рекламы, политического PR, проектировании политических кампаний в СМИ.

**Задачи дисциплины**:

* познакомить с основными этапами становления политического менеджмента как междисциплинарного курса, его объектом и предметом исследования, с основными понятиями;
* сформировать представления обучающихся о специфике политического менеджмента как социально-психологическом процессе в системе гуманитарного знания, с аспектами интеграции политического менеджмента с имиджеологией, коммуникологией, культурологией, психологией, социологией, менеджментом, рекламоведением, пиарологией, культурологией в процессе анализа результатов рекламных и PR-мероприятий для совершенствования внутренних и внешних коммуникаций политической компании;
* способствовать овладению основными понятиями политического менеджмента, необходимыми для эффективного PR-сопровождения и рекламно-информационное сопровождение деятельности политических организаций, активно функционирующих медиапространстве;
* раскрыть этапы формирования и развития основных политических теории, теорий исследования политических мифов, специфику культурологического анализа социальных мифов в политической рекламе и политическом PR в условиях функционирования общества потребления;
* проследить социально-психологическую направленность политического менеджмента, выстраивание коммуникационного процесса, управления внутренними и внешними коммуникациями в политической компании, основными барьерами коммуникации, методами и средствами политического менеджмента; этапы формирования политической культуры, учитывая функционирование политических мифов в культуре потребления, в рекламе и связях с общественностью, средствах массовой информации, оказывающих креативное воздействие на массовое сознание, активно взаимодействующих с разными социально-политическими группами; социокультурную специфику мифотворчества в политической рекламе и политических связях с общественностью как инструментах продвижения политических партий и политических проектов; факторы обеспечения эффективной политической рекламной и PR-коммуникации в мифологизированном виде, в частности в рекламе и связях с общественностью в условиях глобализации и мультикультурных процессов;
* познакомить со структурой и документальным обеспечением коммуникационного процесса в политических кампаниях;
* содействовать повышению уровня методологической культуры на этапе культурологического анализа коммуникативных процессов в рекламной и PR-деятельности политической организаций;
* способствовать использовать глоссария политического менеджмента в сфере профессиональной коммуникации;
* привлечь обучающихся к осмыслению проблем управления политическими коммуникациями в компании и влияния рекламы, связей с общественностью и журналистики на массовую политическую культуру;
* расширить представления о практической направленности коммуникационного менеджмента, управлении коммуникаций в условиях кризиса, рекламной и PR-коммуникаций в сфере креативной индустрии;
* создать необходимые условия для овладения навыками культурологического анализа теоретических и практических аспектов продвижения политической информации с помощью рекламы и PR, управления массовыми коммуникациями в рекламной и PR-деятельности с помощью политического мифотворчества в условиях интеграции современных медиапрактик и креативной индустрии, медиакультуры и артосферы.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к обязательной части программы бакалавриата.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 академических часов. *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4. Содержание дисциплины:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Политический менеджмент как вид управления и междисциплинарная наука |
| 2 | Теоретико-методологические аспекты политического менеджмента |
| 3 | Управление политическим имиджем с помощью PR |
| 4 | Манипулятивные приемы в политической коммуникации |
| 5 | Политическая реклама как форма политической коммуникации |
| 6 | Правила разработки политических кампаний в СМИ |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.О.03.08 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| УК-3. | Способен осуществлять социальное взаимодействие, реализовывать свою роль в команде |
| ОПК-4 | Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности |

**2. Место дисциплины в структуре оп:**

**Цель дисциплины**: формирование системных основ теоретического и практического знания в области управления организацией.

**Задачи дисциплины**: формирование необходимых теоретических знаний, умений и практических навыков в области управления организацией как элементов компетенций, формируемых у обучающихся в результате обучения.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к обязательной части программы бакалавриата.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 академических часа *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4. Содержание дисциплины:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Понятие, сущность, виды менеджмента |
| 2 | Историческое развитие и школы менеджмента |
| 3 | Современные национальные модели менеджмента |
| 4 | Принципы и методы менеджмента |
| 5 | Прогнозирование и планирование в менеджменте |
| 6 | Организация и координация в менеджменте |
| 7 | Мотивация и контроль как функции менеджмента |
| 8 | Связующие функции менеджмента |
| 9 | Виды организаций |
| 10 | Внешняя и внутренняя среда организации |
| 11 | Понятие и виды организационных структур |
| 12 | Цели в организации |
| 13 | Власть в организации |
| 14 | Организационная культура |
| 15 | Управление персоналом |
| 16 | Управление производством и инновациями |
| 17 | Антикризисное управление |
| 18 | Самоменеджмент и личностный рост менеджера |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.О.04.01 СОЦИОЛИНГВИСТИКа**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| ОПК-7 | Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной  деятельности, следуя принципам социальной ответственности |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: дать целостное представление о социокультурных факторах, определяющих особенности функционирования языка в обществе, влияющих на процессы межкультурной коммуникации.

**Задачи дисциплины**:

* познакомить с основными этапами становления социолингвистики как междисциплинарной научной дисциплины, ее объектом и предметом исследования, с основными понятиями социолингвистики;
* сформировать представления обучающихся о специфике социолингвистики, ее отличии от социологии и лингвистики, с аспектами интеграции социолингвистики и психолингвистики, культурологии, медиапсихологии, социальной психологии и социологии массовых коммуникаций, пиарологии и адвертологии в процессе анализа медиатекстов;
* способствовать овладению основными понятиями социолингвистики, необходимыми для интерпретации медиатекстов;
* раскрыть этапы формирования и развития социолингвистики как научной дисциплины, основных социолингвистических концепций и специфику социолингвистического анализа медиатекстов;
* проследить процесс функционирования языка как инструмента общения, в частности языка рекламы и связей с общественностью как инструмента общения с целевой аудиторией, с разными социальными группами; социолингвистические особенности речевой деятельности в сфере массовой коммуникации, функции речевой деятельности языка с позиции социолингвистики, социолингвистическую модель организации и восприятие речи, в частности рекламной и PR-речи; факторы обеспечения эффективной речевой деятельности, в частности в рекламе и связях с общественностью в условиях глобализации и мультикультурных процессов;
* познакомить со структурой социолингвистики как междисциплинарной научной дисциплины;
* содействовать повышению уровня методологической культуры в процессе социолингвистического анализа рекламы и связей с общественностью в медиакультурном пространстве;
* способствовать овладению тезаурусом социолингвистики для использования в сфере профессиональной коммуникации;
* привлечь обучающихся к осмыслению социолингвистических проблем рекламы и связей с общественностью в русле междисциплинарной интеграции;
* расширить представления о социолингвистических аспектах воздействия рекламы и связей с общественностью в сфере креативной индустрии;
* создать необходимые условия для овладения навыками социолингвистического анализа рекламной и PR-коммуникации в условиях интеграции современных медиапрактик и креативной индустрии.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к обязательной части программы бакалавриата.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 академических часа. *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4. Содержание дисциплины:**

При проведении учебных занятий обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Введение. Междисциплинарная природа социолингвистики |
| 2 | Формирование и развитие социолингвистики |
| 3 | Основные проблемы, цели и задачи социолингвистики |
| 4 | Методы социолингвистического исследования |
| 5 | Функции и формы существования языка с позиции социолингвистики |
| 6 | Соотношение языка и культуры (В. Гумбольдт и А.А. Потебня) |
| 7 | Язык рекламы в пространстве межкультурной коммуникации |
| 8 | Социолингвистический подход к рекламе и его особенности |
| 9 | Гендерный аспект в социолингвистическом анализе рекламы |
| 10 | Социолингвистический анализ текстов аудиовизуальной и наружной рекламы |
| 11 | Социолингвистический анализ рекламных текстов в печатных и электронных СМИ |
| 12 | Социолингвистический анализ в журналистике |
| 13 | Современная реклама и национально-языковая политика |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.О.04.02 КОНФЛИКТОЛОГИЯ**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| ОПК-7 | Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной  деятельности, следуя принципам социальной ответственности |
|

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: дать целостное представление о теоретических и практических аспектах изучения конфликтов, их классификации, специфике, направлениях конфликтологии как междисциплинарной научной дисциплины, закономерности их возникновения и существования конфликтов в разных сферах деятельности, существующих способах и технологиях разрешения конфликтных ситуаций.

**Задачи дисциплины**:

* познакомить обучающихся с основными этапами становления конфликтологии как междисциплинарной научной дисциплины, ее объектом и предметом исследования, с целями, задачами, с основными категориями конфликтологии и методологическим инструментарием;
* сформировать представления о специфике конфликтологии, ее интеграции с социальной психологией, социологией, политологией, юриспруденцией, экономикой, философией, культурологией, медиапсихологией, коммуникативными науками в процессе анализа конфликтных ситуаций в рекламе, связях с общественностью, журналистике;
* раскрыть особенности процесса интеракции как взаимодействия людей внутри группы, процесса социализации личности, формирования массового сознания, массового настроения и поведения в различных конфликтных ситуациях;
* проследить этапы становления и развития конфликтологии в России и за рубежом; факторы и условия обеспечения благополучия общества в условиях глобализации и мультикультурных процессов;
* познакомить со структурой конфликтологии как междисциплинарной научной дисциплины, основными теориями конфликта, системой управления и прогнозирования конфликтных ситуаций, преимуществами профессиональной медиации;
* содействовать повышению уровня методологической культуры в процессе анализа конфликтных ситуаций в разных сферах, в частности в рекламе, связях с общественностью, журналистике, функционирующих в медиакультурном пространстве;
* способствовать овладению тезаурусом конфликтологии для использования в сфере профессиональной коммуникации, методикой анализа внутриличностных, межличностных, межгрупповых конфликтов, составления конфликтограммы, использования информационного подхода к осмыслению социальных конфликтов, в частности в СМИ;
* привлечь обучающихся к осмыслению прикладного характера конфликтологии, потенциала данной дисциплины в разрешении спорных ситуаций в рекламе и связях с общественностью, обусловленных нарушением законодательной базы, не соблюдение медиаэтики, этических принципов в рекламе и профессиональных кодексов в связях с общественностью;
* расширить представления о факторах воздействии рекламы и связей с общественностью на разные социальные группы в сфере креативной индустрии, о художественной культуре как основе конфликтов интересов;
* создать необходимые условия для овладения навыками анализа конфликтных ситуаций в сфере рекламной и PR-коммуникации в условиях интеграции современных медиапрактик и креативной индустрии.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к обязательной части программы бакалавриата.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зачетных единицы, 216 академических часа. *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)*.

**4. Содержание дисциплины:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Тема 1. Введение. Конфликтология в системе междисциплинарного знания |
| 2 | Тема 2. Формирование и развитие конфликтологии как научной дисциплины: опыт российских и зарубежных исследователей |
| 3 | Тема 3. Основные проблемы, цели и задачи конфликтологии |
| 4 | Тема 4. Основные направления конфликтологии и теории конфликтов |
| 5 | Тема 5. Методология и методы конфликтологии |
| 6 | Тема 6. Классификация и типология конфликтов |
| 7 | Тема 7. Формы проявления внутриличностных и межличностных конфликтов |
| 8 | Тема 8. Групповые конфликты в разных сферах деятельности |
| 9 | Тема 9. Организационно-трудовые конфликты |
| 10 | Тема 10.Участники и природа социально-культурных конфликтов |
| 11 | Тема 11. Этнические и межкультурные конфликты и пути их решения |
| 12 | Тема 12. Экономические и геополитические конфликты в условиях глобализации |
| 13 | Тема 13. Связи с общественностью как средство урегулирования разных конфликтов |
| 14 | Тема 14. Управления конфликтами в рекламном бизнесе |
| 15 | Тема 15. Специфика переговорного процесса |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.О.04.03 ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОТДЕЛОВ РЕКЛАМЫ**

**И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| ОПК-7 | Способность оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности |
| ПК-3 | Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: решение профессиональных задач в соответствии с видами профессиональной деятельности, а именно: участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; осуществление оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью; участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными службами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой коммуникации.

**Задачи дисциплины**:

* формирование понимания реальных организационных процессов, необходимых для эффективного осуществления деятельности отделов рекламы и отделов по связям с общественностью внутри организаций различных типов и навыков построения организационных отношений на основе разделения труда и функциональной специализации внутри отделов рекламы и отделов по связям с общественностью, а также между отделов рекламы и отделов по связям с общественностью и всей организацией;
* знакомство с основными функциями отделов рекламы и отделов по связям с общественностью в организации, закрепление знаний и навыков работы в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом особенностей организаций разного типа (формы собственности, размера, отраслевой принадлежности, позиции на рынке, и др.);
* получение целостного представления о построении реальной работы подразделений рекламы и связей с общественностью в организациях, о подготовке и содержании должностных инструкций сотрудников отделов;
* изучение подходов к формальной и неформальной структуре и распределению функциональных обязанностей, эволюции маркетинговых и рекламных отделов, разнообразия форм подразделений отделов рекламы и отделов по связям с общественностью;
* овладение методами тактического управления информационными потоками и медиапланирования, получение практических навыков проектного менеджмента в области рекламы и связей с общественностью.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к обязательной части программы бакалавриата.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 академических часов.

**4.СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Теоретико-методические аспекты организации работы отдела рекламы и связей с общественностью |
| 2 | Планирование и бюджетирование деятельности отдела рекламы и связей с общественностью |
| 3 | Задачи и принципы функционирования основных подразделений отдела рекламы и связей с общественностью |
| 4 | Практические особенности функционирования отделов рекламы и связей с общественностью в современных организациях |
| 5 | Роль и место отдела по связям с общественностью в фирме |
| 6 | Роль отдела по СО в реализации общекорпоративной стратегии |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.О.04.04 МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| ОПК-7 | Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной  деятельности, следуя принципам социальной ответственности |
| ПК-3. | Способен реализовать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: дать целостное представление об организации маркетинговых исследований и ситуационном анализе, на основе которого разрабатываются рекламные, коммуникационные и PR-кампании, определяются основные факторы внутренней и внешней среды организации, позволяющие эффективно управлять рекламными и PR-коммуникациями в компании и успешно функционировать рекламным и PR-агентствам на рынке.

**Задачи дисциплины**:

* познакомить обучающихся с основными этапами маркетинговых исследования и ситуационного анализа как междисциплинарных сфер деятельности;
* сформировать представления обучающихся о специфике маркетинговых исследований в рекламе и связях с общественностью, их отличий от других сфер деятельности, об использовании инструментария социологии, психологии, медиапсихологии, пиарологии, адвертологии и культурологии в процессе исследования;
* способствовать овладению основными понятиями маркетингового исследования и ситуационного анализа, необходимыми для систематизации маркетинговой информации и принятия эффективного управленческого решения в маркетинге коммерческих и некоммерческих институций, в частности в деятельности рекламных и PR-агентств;
* раскрыть этапы формирования и развития рынка маркетинговых исследований в России и за рубежом;
* проследить особенности проведения маркетинговых исследований на этапе проектирования рекламных, коммуникационных, PR-кампаний в коммерческой и некоммерческой сфере;
* способствовать овладению методами ситуационного анализа в рекламе и связях с общественностью с целью совершенствования управления маркетингом компаний-посредников рекламного и PR-рынка;
* содействовать повышению уровня методологической культуры на этапе маркетингового исследования в сфере рекламы и связей с общественностью в медиакультурном пространстве;
* способствовать выработке новых управленческих решений в результате маркетинговых исследований в сфере рекламы и связей с общественностью, в частности на этапе организации и проведения рекламных, коммуникационных и PR-кампаний;
* привлечь обучающихся к осмыслению проблем маркетинговых исследований в сфере рекламы и связей с общественностью в русле междисциплинарной интеграции;
* расширить представления обучающихся о маркетинговых исследованиях на этапе размещения рекламы, в том числе в СМИ;
* создать необходимые условия для овладения навыками ситуационного анализа и маркетингового исследования в сфере рекламы и связей с общественностью.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к обязательной части программы бакалавриата.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов. *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4. Содержание дисциплины:**

**4.1. Блоки (разделы) дисциплины и виды занятий**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Введение. Проведение маркетинговых исследований: от проблемы к цели |
| 2 | План маркетингового исследования: особенности разработки |
| 3 | Сбор, обработка, систематизация и анализ маркетинговой информации. Маркетинговый отчет |
| 4 | Маркетинговые исследования в рекламной и PR-деятельности |
| 5 | Ситуационный анализ в процессе маркетинговых исследований |
| 6 | Маркетинговые исследования в креативной индустрии |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.О.04.05 Копирайтинг**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| ОПК-2 | Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и медиапродуктах, коммуникационных продуктах |
| ОПК-6 | Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и ИКТ |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: дать целостное представление о создании рекламных и PR-текстов как важном этапе разработки рекламного продукта и PR-материалов на основе творческой стратегии, представлений о функциональных, структурных и риторических особенностях медиатекстов в социокультурном и медиакультурном пространстве.

**Задачи дисциплины**:

* определить роль и функции копирайтеров в рекламных, PR-агентствах, коммуникативных и креативных агентствах, рекламных службах и PR-отделах предприятий и организаций;
* сформировать представления об этапах, принципах и методах создания рекламного продукта в целом и его наиболее важных составных частей;
* дать знания и сформировать базовые навыки разработки концепций рекламного и PR-обращения для создания рекламных и PR-сообщений;
* ознакомить с инвентарем средств креативного и коммуникативного воздействия, используемых в рекламе и связях с общественностью, и привить базовые навыки использования этих средств при создании и технологии производства рекламного продукта, подготовке PR-материалов;
* способствовать расширению представлений о принципах и методах художественного оформления рекламного продукта, приемами художественного дизайна и редактирования;
* научить основным подходам к творческому производству и технологиям разработки рекламного продукта, в том числе и выставочной продукции как инструменту маркетинговой деятельности и эффективной форме рекламы, а также размещению рекламного текста на разнообразных фактурах и рекламных носителях;
* дать практические навыки разработки и технологии производства рекламного продукта и создания PR-документации в сфере арт-индустрии, в продвижении творческих произведений на арт-рынок (художественный, театральный, музыкальный, кинорынок и т.д.) с помощью креативной рекламной продукции и PR-материалов;
* вооружить обучающихся методиками тестирования и экспертной оценки рекламных и PR-текстов для определения их эффективности и соответствия правовым и этическим нормам;
* познакомить с алгоритмом составления PR-программы как комплекса PR-мероприятий, направленных на реализацию стратегии, концепция проекта;
* создать условия для овладения навыками разработки сценариев PR-акций и специальных событий и подготовки отчетных PR-материалов.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к обязательной части программы бакалавриата.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4. Содержание дисциплины:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Тема 1. Введение. Копирайтинг в системе подготовки профессионала рекламы и связей с общественностью |
| 2 | Тема 2. Копирайтинг и его основные понятия |
| 3 | Тема 3. История копирайтинга: зарубежный и российский опыт |
| 4 | Тема 4. Функциональные, риторические и стилистические особенности рекламного текста |
| 5 | Тема 5. Креативный аспект в рекламном копирайтинге |
| 6 | Тема 6. Творческий процесс создания PR-текстов |
| 7 | Тема 7. Дифференциация и специфика жанров рекламных и PR-текстов |
| 8 | Тема 8. Особенности создания текстов для наружной, печатной, аудиовизуальной рекламы |
| 9 | Тема 9. SEO-копирайтинг |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.О.04.06 СОВРЕМЕННАЯ ПРЕСС-СЛУЖБА**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| ОПК-3 | Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и медиапродуктов, коммуникационных продуктов |
| ОПК-4 | Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: познакомить с основами организации и содержания деятельности пресс-секретарей в учреждениях государственной службы, органах власти, на предприятиях различной формы собственности, а также сформировать у студентов навыков применения знаний в выполнении функций пресс-секретаря.

**Задачи дисциплины**:

* дать теоретическое представление об информационных основах связей с общественностью как особого рода социальной деятельности;
* познакомить с современной системой пресс-рилейшнз, их спецификой и особенностями функционирования;
* сформировать практические навыки делового общения пресс-секретаря как с представителями СМИ всех видов и уровней, так и в контексте внутрикорпоративных коммуникаций.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к обязательной части программы бакалавриата.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 академических часов *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)*.

**4. Содержание дисциплины:**

**4.1. Содержание разделов и тем**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Медиарилейшнз в современном медиапространстве. |
| 2 | Пресс-служба как отдел медиарилейшнз. |
| 3 | Современные пресс-службы. |
| 4 | Медиааналитика в деятельности пресс-службы. |
| 5 | Создание информационного потока и управление им. |
| 6 | PR-текст в деятельности пресс-службы |
| 7 | Спичрайтинг в деятельности пресс-службы. |
| 8 | Событийный менеджмент в деятельности пресс-службы. |
| 9 | Антикризисный менеджмент в деятельности пресс-службы. |
| 10 | Деятельность пресс-службы в сети Интернет. |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.О.04.07 БРЕНДИНГ**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:** Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций**:**

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| ОПК-2 | Способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах |
| ПК-3 | Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью |

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП:**

**Цель дисциплины:** изучение теоретических основ и методологического инструментария брендирования товаров и услуг.

**Задачи дисциплины:**

* исследование совокупности характеристик продукции, воплощенных в образе бренда;
* анализ концепции позиционирования бренда;
* диагностика воспринимаемой и поддерживаемой связи между потребителем и брендом;
* изучение основополагающих принципов формирования образа бренда и его отношений с потребителем.

**Место дисциплины:** дисциплина относится к обязательной части программы бакалавриата.

**3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа (1 зачетная единица соответствует 36 академическимчасам).

**4.СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Мир Брендов как концепция постиндустриального общества. Бренд – определения и сущности |
| 2 | Бренд-билдинг - разработка бренда |
| 3 | Люди и бренды - знакомство с исполнителями и потребителями |
| 4 | Brand-development (Развитие бренда) |
| 5 | Исследования бренда |
| 6 | Стратегическое планирование коммуникаций бренда |
| 7 | Планирование эффективных бренд-коммуникаций |
| 8 | Контроль компании по формированию бренда и оценка ее эффективности |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.О.04.08 МАСТЕР-КЛАСС «РАБОТА С ТЕКСТАМИ В РЕКЛАМЕ**

**И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| ОПК-3 | Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и медиапродуктов, коммуникационных продуктов |
| ОПК-5 | Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: дать целостное представление о создании рекламных и PR-текстов как важном этапе разработки рекламного продукта и PR-материалов на основе творческой стратегии, представлений о функциональных, структурных и риторических особенностях медиатекстов в социокультурном и медиакультурном пространстве.

**Задачи дисциплины**:

* формировать представления об этапах, принципах и методах создания рекламного продукта в целом и его наиболее важных составных частей;
* дать обучающимся знания и сформировать базовые навыки разработки концепций рекламного и PR-обращения для создания рекламных и PR-сообщений;
* знакомить с инвентарем средств креативного и коммуникативного воздействия, используемых в рекламе и связях с общественностью, и привить базовые навыки использования этих средств при создании и технологии производства рекламного продукта, подготовке PR-материалов;
* способствовать расширению представлений о принципах и методах художественного оформления рекламного продукта, приемами художественного дизайна и редактирования.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к обязательной части программы бакалавриата.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 академических часов *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)*.

**4. Содержание дисциплины:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Тема 1. Предмет, задачи и методы курса «Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью (мастер-класс)». |
| 2 | Тема 2. Сущность и понятие брифа в рекламной деятельности и связях с общественностью. |
| 3 | Тема 3. Концепты копирайтинга как основы моделирования рекламных текстов. |
| 4 | Тема 4. Коммуникативные стратегии в рекламных печатных текстах. |
| 5 | Тема 5. Структура и организация текста в печатной рекламе. SEO-копирайтинг: особенности создания текстов для WEB-пространства. |
| 6 | Тема 6. Структура и жанровые особенности текстов сферы связей с общественностью. |
| 7 | Тема 7. Стилистика и литературное редактирование. |
| 8 | Тема 8. Текст как объект литературного редактирования. |
| 9 | Тема 9. Работа со СМИ (паблисити, media relations). |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.О.05.01 БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| УК-8. | Способен создавать и в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: сформировать сознательное отношение к вопросам личной безопасности и безопасности окружающих, приобрести основополагающих знания и умения распознавать и оценивать опасные и вредные факторы, ликвидировать последствия, оказывать само- и взаимопомощь.

**Задачи дисциплины**:

* формирование теоретических знаний и практических навыков, необходимых для создания комфортного (нормативного) состояния среды обитания в зонах трудовой деятельности и отдыха человека;
* идентификации негативных воздействий среды обитания естественного, техногенного и антропогенного происхождения;
* разработки и реализации мер защиты человека и среды обитания от негативных воздействий;
* проектирования и эксплуатации техники, технологических процессов и объектов экономики в соответствии с требованиями по безопасности и экологичности;
* обеспечение устойчивости функционирования объектов и технических систем в штатных и чрезвычайных ситуациях;
* принятия решений по защите производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий и применения современных средств поражения, а также принятия мер по ликвидации их последствий;
* прогнозирования развития негативных воздействий и оценки последствий их действия.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к обязательной части программы бакалавриата.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 академических часов *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4. Содержание дисциплины:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Теоретические основы безопасности жизнедеятельности. |
| 2 | Человек и среда обитания |
| 3 | Природные чрезвычайные ситуации |
| 4 | Автономное существование человека в природе |
| 5 | ЧС криминогенного характера |
| 6 | ЧС техногенного характера |
| 7 | Гражданская оборонаи ее задачи |
| 8 | Экстремальные ситуации аварийного характера в жилище |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.О.05.02 ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| УК-7. | Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной  деятельности |
| УК-8. | Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: формирование у обучающихся отношения к физической культуре как к необходимому звену общекультурной ценности, направленного на сохранение и укрепление здоровья, психофизическую подготовку к будущей профессиональной деятельности.

**Задачи дисциплины**:

* сформировать мотивационно-ценностное отношение к физической культуре;
* сформировать систему теоретических знаний и практических умений, способствующих сохранению и укреплению здоровья, психического благополучия, развития и совершенствование физических и психических способностей, качеств и свойств личности, выполнению норм ВФСК ГТО.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к обязательной части программы бакалавриата.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4. Содержание дисциплины:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов. |
| 2 | Основы здорового образа жизни студента. Физическая культура в обеспечении здоровья |
| 3 | Самоконтроль занимающихся физическими упражнениями и спортом |
| 4 | Социально-биологические основы физической культуры |
| 5 | Психофизиологические основы учебного труда и интеллектуальной деятельности. Средства физической культуры в регулировании работоспособности |
| 6 | Общая физическая и специальная подготовка в системе физического воспитания. |
| 7 | Основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями |
| 8 | Основы здорового образа жизни студентов |
| 9 | Профессиональная прикладная физическая подготовка (ППФП). |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.В.01 ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ (ЭЛЕКТИВНАЯ ДИСЦИПЛИНА)**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| УК-7 | Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной  деятельности |
| УК-8. | Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: формирование способности направленного использования разнообразных средств физической культуры и спорта, владения специальными знаниями, практическими умениями и навыками, обеспечивающими сохранение и укрепление здоровья, коррекцию имеющихся отклонений в функциональном состоянии организма, совершенствование психофизических способностей, профессионально значимых качеств необходимых в будущей профессиональной деятельности.

**Задачи дисциплины**:

* овладение системой специальных знаний, практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, формирование компенсаторных процессов, коррекцию имеющихся отклонений в состоянии здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, формирование профессионально значимых качеств и свойств личности;
* способствование адаптации организма к воздействию умственных и физических нагрузок, расширению функциональных возможностей физиологических систем, повышению сопротивляемости защитных сил организма;
* овладение методикой формирования и выполнения комплекса упражнений оздоровительной направленности для самостоятельных занятий, способами самоконтроля при выполнении физических нагрузок различного характера, правилами личной гигиены, рационального режима труда и отдых;
* подготовка обучающихся основной группы к сдаче ном Всероссийского комплекса «Готов к труду и обороне»;
* включение обучающихся в активную деятельность по освоению ценностей физической культуры и приобретение опыта ее использования во всестороннем развитии личности.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к части программы бакалавриата, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 328 академических часов *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)*.

**4. Содержание дисциплины:**

При проведении учебных занятий обеспечивается развитие у обучающихся навыков

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Практико-методические занятия |
| 2 | Лёгкая атлетика |
| 3 | Гимнастика |
| 4 | Лыжная подготовка |
| 5 | Атлетическая гимнастика |
| 6 | Аэробика |
| 7 | Спортивные игры |
| 8 | Профессионально-прикладная подготовка |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.В.02.01 Реклама в коммуникационном процессе**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| УК-1. | Способен осуществлять систематизированные поиск, сбор, анализ и синтез необходимой информации для решения поставленных задач |
| УК-2. | Способен участвовать в разработке и реализации проектов |

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП:**

**Цель дисциплины**: стремление продемонстрировать включенность рекламы в коммуникативный процесс в самом широком понимании. Именно это предопределяет акцентуацию внимания обучающихся на теоретической составляющей коммуникационного процесса и стремление рассмотреть способы реализации коммуникативных составляющих (и их трансформаций) в контексте рекламного пространства.

**Задачи дисциплины**:

* изучение развития общества (а также сферы коммуникации и рекламы) по движению информативных потоков;
* изучение коммуникативного акта с позиции языковых трансформация и применяемость последних в рекламном пространстве;
* изучение семиотики и ее визуальной компоненты как неотъемлемой составляющей рекламного сообщения
* рассмотрение проблематичности эффективности рекламы;
* рассмотрение креативных стратегий в рекламном пространстве.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к части программы бакалавриата, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 академических часов *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Коммуникация как ключевое понятие современного социокультурного пространства |
| 2 | Классификация коммуникационного процесса |
| 3 | Структурная лингвистика как теоретическое основание современной вербальной коммуникации |
| 4 | Знаковая природа коммуникации. Семиотика |
| 5 | Семиотика визуальных коммуникаций |
| 6 | Идеологическая функция рекламы как следствие коннотативного сообщения. |
| 7 | Современные тенденции в рекламе: глобализация и новые технологии |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.В.02.02 ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| УК-1 | Способен осуществлять систематизированные поиск, сбор, анализ и синтез необходимой информации для решения поставленных задач |
| УК-6 | Способен управлять своим временем, выстраивать  и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни |

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП:**

**Цель дисциплины**: научить обучающихся решать профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности, а именно: разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.

**Задачи дисциплины**:

* формирование навыка системного подхода при освоении и применении современных методов научного исследования, анализе научной информации необходимой для решения задач в предметной сфере профессиональной деятельности;
* ознакомление с основными подходами к изучению теории и практики массовой информации
* изучение основных закономерностей, лежащих в основе теории массовой информации

**Место дисциплины**: дисциплина относится к части программы бакалавриата, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 10 зачетных единиц, 360 академических часов. *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4.СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Введение. Понятие информации и ее классификация. |
| 2 | Рекламное дело и СМИ: история и современность. |
| 3 | Социально-правовые аспекты журналистики и регулирование рекламной деятельности. |
| 4 | Реклама в системе маркетинга. Позиционирование товара и рекламное обеспечение. Маркетинговые исследования в рекламе. |
| 5 | Масс-медиа: понятие, структура, значение, черты. Реклама в СМИ. |
| 6 | Специфика рекламного текста в СМИ и Интернете. |
| 7 | Специфика наружной рекламы: формы и виды. |
| 8 | Медиапланирование: использование различных рекламных средств в СМИ в рамках кампании. |
| 9 | PR-кампания online и offline. |
| 10 | Журналистка и общественное сознание. Манипуляция общественным сознанием. |
| 11 | Имидж коммуникатора. Журналист, специалист СО, рекламист в медиасистеме: принципы взаимодействия. |
| 12 | Исследования в области теории массовой информации. |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.В.02.03 АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

**В РОССИИ**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| УК-6 | Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни |

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП:**

**Цель дисциплины**: ознакомить обучающихся с актуальными проблемами в сфере связей с общественностью, существующих на сегодняшний день в отечественном PR, в частности с проблемами корпоративного, политического, государственного и других направлений PR, историей становления PR в России и перспективами развития PR как науки и профессии.

**Задачи дисциплины**:

* углубить знания о профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью.
* обобщить и систематизировать сведения о разных формах и видах PR.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к части программы бакалавриата, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академических часа *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)*

**4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Актуальные проблемы PR в России: специфика и общая характеристика |
| 2 | Эволюция развития PR в России |
| 3 | PR и СМИ |
| 4 | Этико-правовые аспекты PR-деятельности в России |
| 5 | Актуальные проблемы политического и государственного PR в России |
| 6 | Корпоративный PR в России |
| 7 | Современные технологии в связях с общественностью |
| 8 | Негативные эффекты PR |
| 9 | Интернет и PR в России: тенденции и проблемы |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.В.02.04 ИСТОРИЯ И АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| УК-3. | Способен осуществлять социальное взаимодействие, реализовывать свою роль в команде |
| УК-4. | Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (-ых) языке (- ах) |

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП:**

**Цель дисциплины**: изучение и осмысление опыта отечественной журналистики.

**Задачи дисциплины**:

* изучить основные вехи истории и проблематики отечественной журналистики, методологические основы работы с историческим материалом;
* сформировать умения системного подхода при освоении и применении современных методов решения задач в предметной сфере профессиональной деятельности;
* сформировать мотивационные установки к организации и самоуправлению творческой и организационной деятельностью, совершенствованию и развитию собственного обще-интеллектуального, общекультурного, научного потенциала, его применению при решении задач в предметной сфере профессиональной деятельности.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к части программы бакалавриата, формируемой участниками образовательных отношений

**3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 академических часов *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Специфика исторического подхода к журналистике |
| 2 | История и проблемы отечественной журналистики (XVII–XVIII вв) |
| 3 | История и проблемы отечественной журналистики первой половины XIX в. |
| 4 | История и проблемы отечественной журналистики 1848–1861. |
| 5 | История и проблемы отечественной журналистики 1860 – 1890. |
| 6 | История и проблемы отечественной журналистики 1890–1915 |
| 7 | История и проблемы отечественной журналистики 1917–1936 |
| 8 | История и проблемы отечественной журналистики 1940–1953 |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.В.02.05 ИСТОРИЯ И АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЗАРУБЕЖНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| УК-3. | Способен осуществлять социальное взаимодействие, реализовывать свою роль в команде |
| УК-4. | Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (-ых) языке (- ах) |

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП:**

**Цель дисциплины**: изучение и осмысление опыта зарубежной журналистики

**Задачи дисциплины**:

* сформировать представление о роли массовой информации в социально- политической и культурной жизни государства на разных этапах исторического развития;
* дать представление об основных исторических этапах развития зарубежных СМИ

**Место дисциплины**: дисциплина относится к части программы бакалавриата, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 академических часов *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4. Содержание дисциплины:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Предыстория журналистики в античном мире, средневековье и в эпоху Ренессанса |
| 2 | Журналистика XVII-XVIII вв. в Западной Европе и Америке |
| 3 | Развитие средств информации в странах Западной Европы и США в XIX в. |
| 4 | Средства массовой информации стран Европы и США в первой половине XX в. |
| 5 | СМИ зарубежных стран в 1945-1985 гг. |
| 6 | Современное состояние зарубежных СМИ |
| 7 | Глобализация и СМИ |
| 8 | Основная проблематика современных зарубежных СМИ |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.В.02.06 ОСНОВЫ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ (РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ)**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| ПК-3 | Способен реализовать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины:** помочь обучающемуся решать профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности, а именно: участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными службами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой коммуникации.

**Задачи дисциплины** направлены на формирование указанных выше компетенций.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к части программы бакалавриата, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость по дисциплине составляет 8 зачетных единиц, 288 академических часов. *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)*

**4. Содержание дисциплины**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Введение в коммуникативную деятельность как профессию |
| 2 | Тема 1. Исторические этапы формирования рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности |
| 3 | Тема 2. Предмет, основные направления и инструменты интегрированных коммуникаций. |
| 4 | Тема 3. Продюссирование проектов и компаний в интегрированных коммуникаций. |
| 5 | Тема 4. Социологическое обеспечение интегрированных коммуникаций. |
| 6 | Тема 5. Интегрированные технологии продвижения во внешней и внутренней коммуникативных пространствах |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.В.02.07 ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| УК-3 | Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: дать представление о психологических закономерностях процессов массовой коммуникации, о психологии массового восприятии информации с помощью СМИ (телевидение, радио, печатных изданий, Интернета), а также рекламы как формы массовой коммуникации.

**Задачи дисциплины**:

* изучить основные этапы развития медиапсихологии как новой научной дисциплины, этимологию понятия, основные цели и задачи, объект исследования;
* рассмотреть коммуникацию и общение как основные психологические категории, формы коммуникации и общения;
* проследить особенности формирования психологии масс;
* сформировать представление студентов о Массе как социальной общности и субъекте массового сознания;
* дать характеристику массовой коммуникации и выявить ее социально-культурное значение;
* проанализировать психологические аспекты массового поведения под влиянием СМК;
* определить методы воздействия на массовые настроения, особенности их проявления и прогнозирования;
* провести психологический анализ массовых настроений;
* проанализировать механизмы манипулирования сознанием аудитории в процессе массовой коммуникации;
* ознакомить обучающихся с процессом возникновения слухов и сплетен и степенью их влияние на психологию массового сознания и поведения;
* дать представления обучающимся о психологии восприятия аудиовизуальной рекламы как вида массовой коммуникации и эффективности PR-воздействия в СМИ;
* научить основным подходам к анализу массовой коммуникации с целью определения ее роли в формировании и развитии современной культуры, современной художественной практике, а также анализу, телевидения, радио, печати, Интернета как средств массовой коммуникации и т.д.;
* раскрыть перед обучающимися коммуникативные возможности и потенциал кинематографа, моды, музыки, фотографии, фестивалей рекламы и мультимедийного творчества, таких социокультурных институций, как кинотеатры, театры, выставочные залы, музеи, галереи.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к части программы бакалавриата, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 академических часов. *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4. Содержание дисциплины:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Введение. Психология массовой коммуникации как метанаука. Основные психологические категории |
| 2 | Коммуникация и общение как основные психологические категории. Формы коммуникации и общения |
| 3 | Эволюция массового сознания. Массовое сознание как основа массовой психологии |
| 4 | Массы как социальная общность и субъект массового сознания |
| 5 | Социокультурные основы массовой коммуникации. СМИ и массовое поведение: особенности воздействия |
| 6 | Психологические аспекты массового поведения под влиянием СМК |
| 7 | Массовые настроения: механизмы воздействия, проявления и особенности прогнозирования |
| 8 | Массовые настроения: психологический анализ |
| 9 | СМИ и манипулятивные технологии. |
| 10 | Слухи и сплетни как неофициальные каналы массовой коммуникации |
| 11 | Роль рекламы и PR в формировании общественного мнения, воздействии на массовую психологию |
| 12. | Медиапсихология и художественная культура |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.В.02.08 СОЦИОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| УК-3 | Способен осуществлять социальное взаимодействие, реализовывать свою роль в команде |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: помочь обучающемуся решать профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности, а именно: участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными службами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой коммуникации.

**Задачи дисциплины**: формирование указанных выше компетенций.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к части программы бакалавриата, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость по дисциплине составляет 6 зачетных единиц, 216 академических часов. *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)*

**4. Содержание дисциплины:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Введение. Введение в социологию массовых коммуникаций |
| 2 | Тема 1. Основные этапы становления и развития отечественной социологии массовых коммуникаций .Теоретические истоки советской модели массовой коммуникации. |
| 3 | Тема 2. Основные этапы становления и развития западной социологии массовых коммуникаций. Ведущие школы исследования массовой коммуникации в Западной Европе и США. |
| 4 | Тема 3. Аудитория и ее характеристики. Факторы эффективности восприятия информации |
| 5 | Тема 4. Общественное мнение как социальное явление. Манипулирование общественным мнением. |
| 6 | Тема 5. Методы социологического исследования массовых коммуникаций. |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.В.02.09 ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| УК-3 | Способен осуществлять социальное взаимодействие, реализовывать свою роль в команде |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: подготовить выпускника, обладающего знаниями об организации, конституционных принципах научных исследований и профессиональными компетенциями, необходимыми в научно-исследовательской деятельности.

**Задачи дисциплины**:

* изучить понятие науки, методологические основы научного исследования и особенности методики проведения исследования и написания выпускной квалификационной работы;
* сформировать умения системного подхода при освоении и применении современных методов научного исследования, анализе научной информации необходимой для решения задач в предметной сфере профессиональной деятельности;
* сформировать мотивационные установки к организации и самоуправлению научно-исследовательской деятельностью, совершенствованию и развитию собственного общеинтеллектуального, общекультурного, научного потенциала, его применению при решении задач в предметной сфере профессиональной деятельности.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к части программы бакалавриата, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зачетных единицы, 216 академических часов *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4. Содержание дисциплины:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Тема 1. Введение. Теория коммуникации как научная и учебная дисциплина |
| 2 | Тема 2. Типы и модели коммуникации |
| 3 | Тема 3. Уровни и сферы коммуникации |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.В.03.01 ИНТЕРНЕТ И МЕДИАТЕХНОЛОГИИ**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| УК-6 | Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: формирование комплексного представления о реализации и применении интернет-технологий как в процессе обучения, так и в последующей профессиональной деятельности.

**Задачи дисциплины**:

* формирование представления об основных службах и сервисах сети Интернет;
* формирование практических навыков работы с типовыми инструментальными и технологическими средствами создания элементов веб-сайтов;
* формирование знаний о методах обработки графических данных;
* формирование навыков в индивидуальной проектной деятельности.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к части программы бакалавриата, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа. *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Сеть Интернет и интернет-технологии |
| 2 | Поиск в сети Интернет |
| 3 | Электронная почта |
| 4 | Технологии создания веб-сайтов |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.В.03.02 РЕКЛАМНЫЕ КАМПАНИИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| УК-1. | Способен осуществлять систематизированные поиск, сбор, анализ и синтез необходимой информации для решения поставленных задач |
| ПК-1. | Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: формирование у обучающихся целостного представления о назначении, формах, методах, технологиях рекламы и PR в сети Интернет.

Данная цель достигается систематизированным изложением основных способов проведения рекламы и PR в интернете. Достижение этой цели предполагает решение ряда задач, главная из которых связана с решением проблем в области проведения и развития рекламных кампаний и PR-деятельности в Интернете, а также с анализом различных точек зрения на то, что понимать под PR в сети Интернет. Описание такого проблемного поля включает ряд более конкретных задач.

**Задачи дисциплины**:

* + - * проанализировать рекламу как составляющую современной цивилизации;
      * систематизировать основные понятия рекламоведения, используемые в теории и практике рекламы и PR в Интернете;
      * охарактеризовать основные направления Интернет-рекламы и PR в различных сферах жизнедеятельности;
      * обобщить и классифицировать технологии проведения рекламы и PR в Интернете;
      * дать представление о теоретических и практических затруднениях, возникающих в деятельности PR-специалиста;
      * раскрыть роль и значение деятельности PR-специалиста на современном этапе развития рекламы;
      * показать перспективы развития рекламы и PR-деятельности в сети Интернет.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к части программы бакалавриата, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 академических часа *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4. Содержание дисциплины:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Тема 1. Реклама в сети Интернет |
| 2 | Тема 2. Основные решения связей с общественностью в Интернете |
| 3 | Тема 3. Базовые документы в области PR. |
| 4 | Тема 4. Интернет-страницы периодических изданий |
| 5 | Тема 5. Подготовка проведения рекламной или PR-кампании в сети Интернет. |
| 6 | Тема 6. Сетевые ресурсы PR-коммуникаций. |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.В.03.03 РАБОТА В КАДРЕ И ЭФИРЕ**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| УК-1 | Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез, применять системный подход для решения профессиональных задач |
| ПК-1 | Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий |
| ПК-3 | Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: дать целостное представление о теоретических и практических аспектах телевизионного и радиоэфира, организации процесса творческой деятельности режиссера в кино, на телевидении и в рекламе, сформировать необходимые общекультурные и профессиональные компетенции для работы в кадре с учетом специфики кинопроцесса и журналистской деятельности на телевидении и радио.

**Задачи дисциплины**:

* познакомить с функциями телерадиожурналистики, с основными этапами развития радиожурналистики и тележурналистики как профессиональных сфер деятельности и областей междисциплинарного знания;
* сформировать представления о специфике телевизионного и радиоэфира, художественно-выразительных средствах аудиовизуальных СМИ;
* проследить аспекты интеграции языка фотографии, кинематографа, театра, музыки на телевидении и радио;
* научить дифференцировать жанры телевизионного и радиовещания;
* рассмотреть принципы создания кадра как самостоятельного фрагмента изображения объекта фотосъемки, киносъемки, телевизионной съемки;
* способствовать овладению основными методами журналистского творчества на телевидении радио;
* раскрыть этапы создания сценария телевизионной и радиопередачи;
* проанализировать этапы работы над литературным и режиссерским сценарием фильма и рекламного ролика, продакт плейсмента в сравнении со сценариями телевизионной и радиопередачи;
* проследить процесс функционирования рекламы на телевидении, радио и в кинематографе;
* научить выявлять специфику творческой деятельности режиссера и оператора в кино, на телевидения, радио, в рекламе;
* расширить представления обучающихся о подготовке и методике работы репортера, радиожурналиста, телерепортера и тележурналиста в прямом эфире;
* содействовать повышению уровня методологической культуры в процессе культурологического анализа программ прямого эфира на телевидении и радио;
* способствовать овладению культурой речи радиоведущего и телеведущего для использования этих навыков в сфере профессиональной коммуникации;
* привлечь обучающихся к осмыслению проблем влияния аудиовизуальной рекламы и теле- и радиожурналистики на массовую культуру;
* привлечь к творческой работе на телевидении и радио;
* расширить представления о социолингвистических аспектах воздействия рекламы и связей с общественностью в сфере креативной индустрии;
* создать необходимые условия для овладения навыками культурологического анализа авторских телевизионных и радиопроектов в условиях интеграции современных медиапрактик и креативной индустрии, медиакультуры и артосферы.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к части программы бакалавриата, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 академических часа. *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4. Содержание дисциплины:**

**4.1. Блоки (разделы) дисциплины и виды занятий**

|  |  |
| --- | --- |
| **№**  **п/п** | **Наименование блока (раздела) дисциплины** |
|
|
| 1 | Введение. Радиовещание и телевидение в информационном обществе и медиакультурном пространстве |
| 2 | Функции телерадиожурналистики. Специфика телевизионного и радиоэфира |
| 3 | Художественно-выразительные средства  аудиовизуальных СМИ. Язык телевидения и радио. |
| 4 | Жанры телевизионного и радиовещания |
| 5 | Методы журналистского творчества на телевидении и радио |
| 6 | Авторские и новостные передачи в прямом эфире на радио и телевидении |
| 7 | Формирование имиджа телевизионного и радиоведущего |
| 8 | Режиссура кино, телевидения, рекламы: сценарий, съемочным процесс, монтаж |
| 9 | Структура кадра в фотографии, кино, рекламе и на телевидении: особенности построения изображения |
| 10 | Продакт Плейсмент на телевидении и радио |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.В.03.ДВ.01.01 ЭЛЕКТОРАЛЬНЫЕ СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| ПК-1. | Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**:

сформировать у обучающихся практические навыки профессионально организовывать избирательные и рекламные кампании, ПР-мероприятия.

**Задачи дисциплины**:

* усвоить основы политической рекламы и ПР, зарубежной и отечественной теории и практики избирательных кампаний;
* овладеть приемами и методами конструирования политического имиджа, навыками исследовательской работы с первоисточниками и библиографией, практическими навыками подготовки рекламных и ПР-обращений политического характера,
* научиться грамотно и квалифицированно организовать избирательную кампанию, начиная с проведения маркетинговых исследований и заканчивая представлением «своего» кандидата аудитории.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к части программы бакалавриата, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академических часов *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4.СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Становление политических коммуникаций в России |
| 2 | Политическая реклама и связи с общественностью в системе маркетинга |
| 3 | Целевые аудитории в политической коммуникации |
| 4 | Планирование и организация избирательной кампании |
| 5 | Имиджевые стратегии в избирательных кампаниях |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.В.03.ДВ.01.02 ОСНОВЫ МЕДИАПЛАНИРОВАНИЯ**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| ПК-1 | Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: ознакомить обучающихся с решением задач стратегического и тактического планирования рекламы, основными вопросами медиаисследований, методами оптимизации мультимедийной рекламы в конкурентной среде.

**Задачи дисциплины**:

* освоение ключевых понятий теории медиапланирования, основных параметров медиапланирования, этапов процесса планирования рекламных кампаний;
* формирование умений владения исследовательским инструментарием медиапланирования и технологиями выбора рекламных носителей;
* формирование навыков составления медиаплана конкретных рекламных и PR-кампаний.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к части программы бакалавриата, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академических часа *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4.СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Маркетинг, реклама, медиапланирование: основные понятия. |
| 2 | Универсальная методика медиапланирования и медиапланер |
| 3 | Модель рынка и обзор исходных понятий в медиапланировании |
| 4 | Методика вычисления охватно-частотных характеристик рекламной кампании. |
| 5 | Методика вычисления доли рекламного рынка |
| 6 | Вычисление прибыли. |
| 7 | Методика оптимизации рекламной кампании. |
| 8 | Индексы рекламной привлекательности СМИ и Web-сайтов. |
| 9 | Рекламные стратегии. |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.В.03.ДВ.02.01 теория и практика рекламы**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| ПК-1 | Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий |
| ПК-2 | Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**:помочь обучающимся решать профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности, а именно: разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.

**Задачи дисциплины** направлены на формирование указанных выше компетенций.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к части программы бакалавриата, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единицы, 180 академических часа. *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)*

**4. Содержание дисциплины:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Введение. Понятие рекламы и ее классификация |
| 2 | Тема 1. История рекламного дела и его значение в современных рыночных условиях. |
| 3 | Тема 2. Социально-правовые аспекты и регулирование рекламной деятельности |
| 4 | Тема 3. Реклама в системе маркетинга. Позиционирование товара и рекламное обеспечение. Маркетинговые исследования в рекламе |
| 5 | Тема 4. Товарный знак, фирменный стиль, брендинг и реклама. Реклама и формирование имиджевых стратегий |
| 6 | Тема 5. Стимулирование сбыта и вспомогательные рекламные средства. |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.В.03.ДВ.02.02 Стратегия и технология управления в связях с общественностью**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| ПК-1. | Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий |
| ПК-2. | Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта |

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП:**

**Цель дисциплины**:

формирование у обучающихся системных представлений о психологических закономерностях управленческой деятельности, навыков анализа психологических причин, лежащих в основе снижения и повышения эффективности управления, а также практических приемов эффективного управления.

**Задачи дисциплины**:

* выработка у обучающихся теоретических и практических навыков по анализу социальных факторов в профессиональной управленческой деятельности;
* формирование практических навыков правильного применения социально-психологических методов управления в практической трудовой (профессиональной) деятельности;
* формирование профессиональных навыков работы в группе и команде, а также навыков правильной организации такой работы.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к части программы бакалавриата, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 академических часов *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)*.

**4.СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Технология управления, ее предмет и место среди других психологических и управленческих дисциплин |
| 2 | Основные теории организации и управления в XX веке, их место и роль в развитии психологии управления |
| 3 | Управление как социальное явление и объект познания |
| 4 | Система управления как совокупность социальных отношений |
| 5 | Государственная и муниципальная служба в структуре власти и управления |
| 6 | Организация как объект психологического анализа. Особенности управленческой деятельности в организации. |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.В.03.ДВ.03.01 Коммуникационный менеджмент**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| ПК-1. | Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий |
| ПК-2. | Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**:

дать целостное представление о теоретических и практических аспектах управления коммуникациями в коммерческих и некоммерческих институциях, менеджмента проектной деятельности в организациях, особенностях корпоративных коммуникаций, формирования имиджа и бренда компании

**Задачи дисциплины**:

* познакомить обучающихся с основными этапами становления коммуникационного менеджмента как междисциплинарного курса, его объектом и предметом исследования, с основными понятиями;
* сформировать представления обучающихся о специфике коммуникационного менеджмента как социальном процессе в системе гуманитарного знания, с аспектами интеграции коммуникационного менеджмента с имиджеологией, коммуникологией, культурологией, психологией, социологией, менеджментом, рекламоведением, пиарологией, культурологией в процессе анализа результатов рекламных и PR-мероприятий для совершенствования внутренних и внешних коммуникаций компании;
* способствовать овладению основными понятиями коммуникативного менеджмента, необходимыми для эффективного PR-сопровождение и рекламно-информационное сопровождение деятельности компаний, функционирующих в разных сферах креативной экономики;
* раскрыть этапы формирования и развития основных теорий исследования мифа, специфику культурологического анализа социальных мифов в рекламе и связях с общественностью в условиях функционирования общества потребления;
* проследить социальную направленность коммуникативного менеджмента, выстраивание коммуникационного процесса, управления внутренними и внешними коммуникациями коммерческих и некоммерческих компаний, основными барьерами коммуникации, методами и средствами коммуникативного менеджмента; этапы формирования организационной и корпоративной культуры, учитывая функционирование социальных мифов в культуре потребления, в рекламе и связях с общественностью, средствах массовой информации, оказывающих креативное воздействие на массовое сознание, активно взаимодействующих с разными социальными группами; социокультурную специфику мифотворчества в рекламе и связях с общественностью как инструментах продвижения коммерческих и некоммерческих проектов; факторы обеспечения эффективной рекламной и PR-коммуникации в мифологизированном виде, в частности в рекламе и связях с общественностью в условиях глобализации и мультикультурных процессов;
* познакомить со структурой и документальным обеспечением коммуникационного процесса в разных сферах деятельности компании;
* содействовать повышению уровня методологической культуры на этапе культурологического анализа коммуникативных процессов в рекламной и PR-деятельности компании;
* способствовать использовать глоссария коммуникационного менеджмента в сфере профессиональной коммуникации;
* привлечь обучающихся к осмыслению проблем управления коммуникациями в компании и влияния рекламы, связей с общественностью и журналистики на массовую культуру;
* расширить представления о практической направленности коммуникационного менеджмента, управлении коммуникаций в условиях кризиса, рекламной и PR-коммуникаций в сфере креативной индустрии;
* создать необходимые условия для овладения навыками культурологического анализа теоретических и практических аспектов коммуникационного менеджмента в рекламе и PR коммерческих и некоммерческих компаний, управления массовыми коммуникациями в рекламной и PR-деятельности с помощью мифотворчества в условиях интеграции современных медиапрактик и креативной индустрии, медиакультуры и артосферы.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к части программы бакалавриата, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4.СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Введение. Коммуникационный менеджмент в системе управления компанией |
| 2 | Коммуникационные технологии в управлении коммерческими и некоммерческими организациями |
| 3 | Коммуникационный процесс: основные методы организации |
| 4 | Внутренние и внешние коммуникации компании: особенности управления |
| 5 | Управления коммуникациями в PR-деятельности |
| 6 | Правила разработки коммуникационных и информационных кампаний в СМИ |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.В.03.ДВ.03.02 ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| ПК-1. | Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий |

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП:**

**Цель дисциплины**: формирование у обучающихся навыков анализа и прогнозирования социально-экономических процессов, повышающих качество профессиональной деятельности в области государственного и муниципального управления путем создания целостного представления об управлении развитием основных социально-экономических процессов.

**Задачи дисциплины**:

* сформировать у обучающихся представление о роли и месте социального прогнозирования в общей системе управления развитием социально-экономических систем;
* научить обучающихся основным приемам и методам социального прогнозирования;
* обучить приемам обоснованного выбора информационной основы и содержания социального прогноза;
* показать основные приемы и методы социального прогнозирования, а также использования результатов прогноза в государственном и муниципальном управлении.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к части программы бакалавриата, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 108 академических часов, 3 зачетных единицы.

**4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Сущность и предмет социального прогнозирования |
| 2 | Типология социальных прогнозов |
| 3 | Поисковое и нормативное социальное прогнозирование |
| 4 | Методы прогнозных исследований |
| 5 | Программа прогнозного социального исследования |
| 6 | Основные направления социального прогнозирования |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.В.03.ДВ.04.01 ТРЕНИНГИ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| ПК-1 | Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: формирование у обучающихся системы знаний в теории деловых коммуникаций, развитие навыков эффективных коммуникаций: деловая беседа, телефонные переговоры, публичные выступления, переговоры, работа с документами.

**Задачи дисциплины**:

* формирование понимания социально-психологических основ делового общения;
* ознакомление обучающихся с интерактивной стороной делового общения;
* развитие навыков организации делового общения (деловой беседы, публичных выступлений, переговоров, работы с деловыми документами);
* формирование основ понимания этики делового общения;
* ознакомление с основами делового этикета.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к части программы бакалавриата, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4. Содержание дисциплины:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Тема 1 Общение как социально-психологический механизм взаимодействия в профессиональной деятельности |
| 2 | Тема 2. Коммуникативная сторона делового общения. |
| 3 | Тема 3 Интерактивная сторона делового общения |
| 4 | Тема 4. Перцептивная сторона делового общения |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**Б1.В.03.ДВ.04.02 ХУДОЖЕСТВЕННАЯ КУЛЬТУРА РЕГИОНА**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| ПК-1 | Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: обеспечить знание художественной традиции и текущих художественных достижений Ленинградской области, сформировать способность применять общегуманитарные знания для ориентации в специфике формирования регионального культурного потенциала и в тенденциях его художественного развития на фоне общероссийских и, шире, глобальных художественных процессов, определении вклада региона в национальное культурное наследие. Сформировать способность освещать и продвигать деятельность художественного сообщества региона, выявлять социокультурные смыслы этой деятельности в средствах массовой информации.

**Задачи дисциплины**:

* формирование профессиональной эрудиции в конкретной предметной области – художественной культуре региона,
* непосредственное знакомство с актуальными художественными процессами Северо-Запада.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к части программы бакалавриата, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа (*1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4.СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Тема 1.Исторический обзор художественной культуры Ленинградской области |
| 2 | Тема 2. Актуальная культурная жизнь Ленинградской области |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**ФТД.01 ПСИХОЛИНГВИСТИКА**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| УК-3. | Способен осуществлять социальное взаимодействие, реализовывать свою роль в команде |
| УК-4. | Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (-ых) языке (- ах) |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: дать целостное представление о психологических аспектах речевой деятельности, взаимоотношении языка и мышления, языка и сознания, рассмотреть речевую коммуникацию как психофизиологический процесс

**Задачи дисциплины**:

* познакомить обучающихся с основными этапами становления психолингвистики как междисциплинарной научной дисциплины, ее объектом и предметом исследования, с целями, задачами, основные психолингвистическим категориями и методологическим инструментарием;
* сформировать представления обучающихся о специфике психолингвистики, ее отличии от лингвистики и психологии, с аспектами интеграции психолингвистики и социолингвистики, коммуникативистики, культурологии, медиапсихологии, социальной психологии и социологии массовых коммуникаций, пиарологии и адвертологии в процессе анализа медиатекстов;
* раскрыть особенности процесса интеракции как взаимодействия людей внутри группы, процесса социализации личности, формирования массового сознания, массового настроения и поведения;
* проследить психолингвистические особенности речевой деятельности в сфере массовой коммуникации, функции речевой деятельности языка с позиции психолингвистики, психолингвистическую модель организации и восприятие речи, в частности рекламной и PR-речи; факторы и условия обеспечения благополучия общества в условиях глобализации и мультикультурных процессов.
* познакомить со структурой психолингвистики как междисциплинарной научной дисциплины;
* содействовать повышению уровня методологической культуры в процессе психолингвистического анализа рекламы и связей с общественностью как семиотических систем в медиакультурном пространстве;
* способствовать овладению тезаурусом психолингвистики для использования в сфере профессиональной коммуникации, психолингвистическим анализом функционирования рекламного языка в СМИ, психолингвистической интерпретацией арт-журналистских текстов;
* привлечь обучающихся к осмыслению психолингвистических аспектов рекламы и связей с общественностью в русле междисциплинарной интеграции;
* расширить представления о психолингвистических факторах воздействии рекламы и связей с общественностью в сфере креативной индустрии, о текстах аудиовизуальной и наружной рекламы как объектов психолингвистического исследования;
* создать необходимые условия для овладения навыками психолингвистического анализа рекламной и PR-коммуникации в условиях интеграции современных медиапрактик и креативной индустрии.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к факультативным дисциплинам программы бакалавриата.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 академических часа. *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4. Содержание дисциплины:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Введение. Междисциплинарный характер психолингвистики |
| 2 | Формирование и развитие психолингвистики: опыт российских и зарубежных исследователей |
| 3 | Основные проблемы, цели и задачи психолингвистики |
| 4 | Методы психолингвистического исследования |
| 5 | Функции речевой деятельности языка с позиции психолингвистики |
| 6 | Организация и восприятие речи: психолингвистическая модель |
| 7 | Теории лингвистической относительности и культурологический ракурс психолингвистики |
| 8 | Речевые приемы воздействия в рекламе |
| 9 | Психолингвистический анализ функционирования рекламного языка в СМИ |
| 10 | Методы психолингвистического анализа рекламных и PR-текстов |
| 11 | Семиотика мифа в рекламном дискурсе |
| 12 | Тексты аудиовизуальной и наружной рекламы как объекты психолингвистического исследования |
| 13 | Психолингвистическая интерпретация арт-журналистских текстов |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**ФТД.02 ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИЯ СМИ**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| УК-3. | Способен осуществлять социальное взаимодействие, реализовывать свою роль в команде |
| УК-4. | Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (-ых) языке (- ах) |
| ПК-2. | Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта |
| ПК-3 | Способен реализовать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: подготовить выпускника, владеющего основными навыками работы в условиях современной редакции с использованием современных издательских, аудиовизуальных, сетевых технологий, обладающего профессиональными компетенциями, необходимыми в профессиональной и научно-исследовательской деятельности.

**Задачи дисциплины**:

* изучить основные технологии, применяемые сегодня в редакциях различных СМИ;
* сформировать у обучающихся понимание основных направлений и задач технического развития СМИ, влияния современных технологий на изменение структуры редакционных коллективов, организацию редакционной деятельности, взаимоотношения с аудиторией, появление новых форм и видов журналистики;
* освоить навыки и методы работы с современной техникой для решения тех или иных редакционных задач.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к факультативным дисциплинам программы бакалавриата.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 1 зачетную единицу, 36 академических часов *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4. Содержание дисциплины:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Организация работы редакции по выпуску газетного номера: функции участников выпуска газеты |
| 2 | Современные полиграфические технологии, применяемые для выпуска печатных изданий разного типа |
| 3 | Основные этапы производства газетного номера. Порядок и методы корректуры. Макетирование газетных полос |
| 4 | Современное программное обеспечение, применяемое в процессе выпуска печатного издания. Программы компании Adobe Systems и др. |
| 5 | Дизайн газеты: основные принципы и приемы |
| 6 | Технические средства аудиовизуальных СМИ (радио, телевидение) |
| 7 | Технические особенности записи радиопрограмм и подготовки их к эфиру. |
| 8 | Развитие современных телевизионных технологий. Порядок производства и подготовки телевизионных программ |
| 9 | Функции основных участников производства и выпуска телевизионных программ: журналист, оператор, режиссер, звукооператор, монтажер и др. |
| 10 | Современные технологии и программное обеспечение, применяемые в процессе съемки, обработки и монтажа видеоматериала |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**ФТД.03 СОЦИАЛЬНАЯ МИФОЛОГИЯ**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| УК-3. | Способен осуществлять социальное взаимодействие, реализовывать свою роль в команде |
| УК-4. | Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (-ых) языке (- ах) |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: дать целостное представление о социальной мифологии как сфере междисциплинарного научного знания, о мифотворчестве в разных сферах деятельности (искусстве, науке, политике, спорте, средствах массовой информации, рекламе и связях с общественностью), о функциях мифа как социокультурного явления, роли мифа в формировании массового создания информационного общества, особенностях мифологизации в рекламе и связях с общественностью, определяющих развитие современной медиакультуры, влияющих на процессы межкультурной коммуникации в медиапространстве.

**Задачи дисциплины**:

* познакомить обучающихся с основными этапами становления социальной мифологии как междисциплинарной научной дисциплины, ее объектом и предметом исследования, с основными понятиями социальной мифологии;
* сформировать представления обучающихся о специфике социальной мифологии, ее научном статусе, с аспектами интеграции социальной мифологии и культурологии, социальной мифологии и рекламоведения, социальной мифологии и пиарлогиии, социальной мифологии и психологии в процессе анализа медиатекстов, результатов рекламных и PR-мероприятий;
* способствовать овладению основными понятиями социальной мифологии, необходимыми для интерпретации рекламных продуктов и PR-материвалов;
* раскрыть этапы формирования и развития основных теорий исследования мифа, специфику культурологического анализа социальных мифов в рекламе и связях с общественностью в условиях функционирования общества потребления;
* проследить процесс функционирования социальных мифов в культуре потребления, в рекламе и связях с общественностью, средствах массовой информации, оказывающих креативное воздействие на массовое сознание, активно взаимодействующих с разными социальными группами; социокультурную специфику мифотворчества в рекламе и связях с общественностью как инструментах продвижения коммерческих и некоммерческих проектов; факторы обеспечения эффективной рекламной и PR-коммуникации в мифологизированном виде, в частности в рекламе и связях с общественностью в условиях глобализации и мультикультурных процессов;
* познакомить со структурой социальной мифологии как междисциплинарной научной дисциплины;
* содействовать повышению уровня методологической культуры в процессе культурологического анализа социальных мифов в рекламе и связях с общественностью, средствах массовой информации, искусстве, науке, спорте;
* способствовать овладению тезаурусом социальной мифологии для использования в сфере профессиональной коммуникации;
* привлечь обучающихся к осмыслению проблем влияния рекламы, связей с общественностью и журналистики на массовую культуру;
* расширить представления о социолингвистических аспектах воздействия рекламы и связей с общественностью в сфере креативной индустрии;
* создать необходимые условия для овладения навыками культурологического анализа мифотворчества в рекламной и PR-деятельности в условиях интеграции современных медиапрактик и креативной индустрии, медиакультуры и артосферы.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к факультативным дисциплинам программы бакалавриата.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 1 зачетная единица, 36 академических часа. *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4. Содержание дисциплины:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Тема 1. Введение. Междисциплинарная природа социальной мифологии |
| 2 | Тема 2. Формирование и развитие социальной мифологии |
| 3 | Тема 3. Теории мифов и особенности функционирования в социуме |
| 4 | Тема 4. Классификации мифов |
| 5 | Тема 5. Концепции изучения мифа |
| 6 | Тема 6. Соотношение языка и мифа в культуре (А.А. Потебня) |
| 7 | Тема 7. Социальное мифотворчество в искусстве потребления |
| 8 | Тема 8. Социальные мифы в политике и спорте |
| 9 | Тема 9. Мифотворчество в рекламе, связях с общественностью и СМИ |

**АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе дисциплины**

**ФТД.04 ОРГАНИЗАЦИЯ ДОБРОВОЛЬЧЕСКОЙ (ВОЛОНТЁРСКОЙ) ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫМИ НЕКОММЕРЧЕСКИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ**

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) |
| УК-3 | Способен осуществлять социальное взаимодействие, реализовывать свою роль в команде |
| УК-4 | Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (-ых) языке (- ах) |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: изучение особенностей добровольчества (волонтёрства) как формы сотрудничества в сфере молодёжной политики, формирование компетенций, позволяющих активно участвовать в жизни гражданского общества.

**Задачи дисциплины**:

* формирование представлений обучающихся о добровольчестве (волонтёрстве) и принципах его организации;
* обозначение особенностей взаимодействия с некоммерческими организациями;
* знакомство с основами социального проектирования, социального предпринимательства и создания волонтёрских социальных проектов, актуальных для Ленинградской области.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к факультативным дисциплинам программы бакалавриата.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 1 зачетных единицы, 36 академических часов *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

**4. Содержание дисциплины:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Тема 1. Волонтёрство как ресурс личностного роста и общественного развития |
| 2 | Тема 2.Многообразие форм добровольческой (волонтёрской) деятельности |
| 3 | Тема 3. Организация работы с волонтёрами |
| 4 | Тема 4.Взаимодействие с социально ориентированными НКО, инициативными группами, органами власти и иными организациями. |