

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Галунин Сергей Александрович

Должность: Директор департамента образования

Дата подписания: 01.03.2022 13:44:05

Уникальный программный ключ:

1cb4f9edcd6d31e931c556ddefa3b376a443365a5419cb3e3965cc668ec8658b

АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН

образовательной программы по направлению 42.03.01

«Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:

«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

«Иностранный язык»

Цель курса «Иностранный язык» - обучение практическому владению иностранным языком, критерием которого является умение пользоваться наиболее употребительными языковыми средствами на общем и профессиональном уровне в основных видах речевой деятельности: говорение, аудирование, чтение и письмо. Задача курса – активное применение иностранного языка в повседневном и профессиональном общении. По структуре курс делится на следующие аспекты (модули): разговорная практика и аудирование, чтение и перевод, письменная практика и практическая грамматика, которые различаются тематикой и лексическим составом учебных материалов и текстов, при этом связаны между собой необходимостью овладения базовыми речевыми навыками и наличием общих грамматических тем.

«Психология»

Курс раскрывает фундаментальные понятия психической деятельности человека.

В разделах курса последовательно рассматриваются предмет психологии, значение психологических знаний для обучения, воспитания, самопознания, психокоррекции, психологической защиты и самосовершенствования в целях сохранения психического здоровья человека. Дан анализ основных направлений и школ современной психологии, основных методов исследования методов психологии и современный разделов и отраслей ее.

В содержание курса включен анализ понятия эволюции и структуры психики, сознательных и бессознательных процессов свойств и состояний сознания; раскрываются сущностные характеристики всех познавательных процессов, состояний и свойств личности. Дано определение и классификация эмоциональной структуры личности ее волевых качеств, генетически и прижизненно-формируемых комплексов. Особое внимание уделяется понятию личности, ее психологической структуре, современным концепциям личности. Рассмотрены в этой связи ее мотивационный и деятельностный аспекты.

Курс снабжен теоретико-методологическим аппаратом, который необходим для самопознания и саморазвития личности, психологических механизмов ее защиты.

Теоретико-методологической основой курса являются отечественные и зарубежные источники.

«Русский язык и культура речи»

Курс рассчитан на студентов-гуманитариев, обусловлен необходимостью повышения речевой культуры общества в целом и призван дать студентам необходимые сведения о строении системы современного русского языка.

Целью курса является формирование современной языковой личности, повышение общей языковой культуры студентов, совершенствование владения нормами современного русского литературного языка, развитие навыков и умений эффективного речевого поведения в различных коммуникативных ситуациях.

Задачи дисциплины: дать общее представление об основных законах и направлениях функционирования и развития современного русского литературного языка, актуальных проблемах языковой культуры общества; познакомить студентов с системой норм современного русского языка на уровне произношения, морфологии, синтаксиса, словоупотребления, объяснить закономерности их формирования и развития; расширить активный словарный запас студентов, раскрыть богатство русской лексики,

фразеологии, познакомить с многообразием словарей и справочников, отражающих взаимодействие языка и культуры; сформировать у студентов сознательное отношение к своей и чужой устной и письменной речи с учетом ее правильности, точности, чистоты, богатства и разнообразия, образности и выразительности, логичности и уместности.

«СОЦИОЛОГИЯ»

Дисциплина «Социология» имеет целью сформировать у студентов знания об обществе как о сложной социальной мегасистеме, о типах общественных систем, о характере и природе общественной системы современной России. В ходе занятий обучающиеся знакомятся с разновидностями, структурой и функциями основных социальных институтов, социальных групп, социальных общностей, анализируют закономерности их социального взаимодействия и тенденции развития. В результате изучения дисциплины студенты овладеют навыками прикладных социологических исследований, проведения простых анкетных опросов и составления программ социологических исследований.

«ЭКОНОМИКА»

Целью преподавания дисциплины является формирование знаний студентов по проблемам экономической теории, которые являются методологической основой организационно-управленческой подготовки будущих специалистов.

Первый раздел современной экономической теории, посвященный микроэкономике, состоит из пяти основных частей. Первая часть посвящена анализу спроса и предложения, а также поведения потребителей. Во второй части рассматривается микроэкономическая концепция производства, изучает теория фирмы и издержек. Третья часть - рынки совершенной и несовершенной конкуренции. В четвертой части микроэкономики – теории распределения – изучают рынки факторов производства и проблемы

ценообразования на них. Пятая часть посвящена рассмотрению проблем общего равновесия, провалов рынка и государства, экономической эффективности и ряду других вопросов экономики благосостояния. Структура практических занятий соответствует данным разделам экономической теории.

Второй раздел экономической теории посвящен изучению проблем макроэкономики. Макроэкономика входит в цикл общепрофессиональной подготовки специалистов и закладывает фундаментальные основы экономического мышления будущих менеджеров. В отличие от микроэкономики, макроэкономика изучает закономерности функционирования экономической системы как единого целого. Традиционно в макроэкономике выделяют два основных раздела – макроэкономическую статику и макроэкономическую динамику. Теоретические и практические занятия охватывают все основные макроэкономические концепции и проблемы. В курсе макроэкономики изучаются: система национальных счетов, теории потребления, инвестиций, безработицы, инфляции, экономического роста, денежно-кредитная и фискальная политика, внешнеэкономическая политика государства.

«Математика и статистика»

В данном курсе изучаются:

1. десятичные системы счисления в информатике, в иностранных языках (английский, французский (Франция, Бельгия), немецкий)
2. доверительный интервал, его использование для предсказания результатов выборов на основе изучения выборки
3. центр распределения (мода, медиана, среднее арифметическое), разброс распределения (ранг, межквартильное расстояние, среднеквадратичное отклонение)
4. принятие решений при неопределённых обстоятельствах выбором пути, ведущего к максимуму математического ожидания случайной величины

(дохода) через дерево решений и оценка стоимости информации, полученной при исследовании рынка

5. теория вероятностей: классическое определение вероятности, формула полной вероятности, формула Байеса для определения изменения вероятности продаж в результате исследования рынка

6. распределение дискретной случайной величины (биномиальный закон распределения), числовые характеристики дискретной случайной величины (математическое ожидание, дисперсия).

«Информационные технологии»

В данном курсе рассматриваются следующие вопросы:

Понятия информации, информационной системы, информационных технологий. Представление информации в компьютере. Классификация вычислительных систем. Архитектура компьютера, состав и основные характеристики компонентов вычислительных систем. Средства объединения компьютеров. Файловая система. Взаимодействие пользователя с операционной системой. Файловые менеджеры. Сервисное программное обеспечение. Программные средства архивирования и защиты информации. История развития, структура и основные сервисы сети Интернет. Поиск и обработка информации из сети Интернет. Работа с электронной почтой. Размещение информации в сети. Электронные ресурсы в сфере рекламы и связей с общественностью.

Программные средства редактирования текстовых документов. Обработка растровых и векторных изображений. Работа с электронными таблицами. Расчеты по формулам. Построение диаграмм. Работа с таблицами как с базами данных.

Построение компьютерных презентаций и проведение демонстраций информации с использованием компьютера. Организация персонального информационного пространства на компьютере.

«Введение в СО и рекламу»

Дисциплина «Введение в СО и рекламу» предназначена создать у студентов первоначальное представление о роли и значении коммуникативных профессий в современном мире. Рассматриваются вопросы специфики рекламы и связей с общественностью в сравнении со смежными видами коммуникативной деятельности. Отдельное внимание уделяется разведению понятий маркетинга, рекламы и связей с общественностью. Предполагается ознакомление с основными понятиями и положениями теории и практики рекламы и связей с общественностью, основными юридическими и этическими нормами, филологическими и семиотическими аспектами коммуникаций, различными видами деятельности и должностными обязанностями специалиста по связям с общественностью и рекламиста. Одна из важнейших задач курса – обозначить круг проблем, в том числе правовых и этических, с которыми сталкиваются представители коммуникативных профессий в постиндустриальном обществе, сформировать понимание глубины, сложности и противоречивости этих проблем, осознание необходимости нестандартных подходов к их решению.

«Основы теории коммуникации»

Предметом изучения данной учебной дисциплины являются ключевые понятия и основные положения общей теории коммуникации, а также концепции и средства социальной коммуникации, составляющие основу коммуникативной деятельности PR-специалистов.

В теоретических разделах рабочей программы рассматриваются основные понятия и концепции современной теории и практики коммуникации, составляющих методологическую базу изучения данного курса и смежных дисциплин специальности.

Раскрывается место и роль коммуникации в деятельности по Связям с общественностью, анализируется состояние и перспектива развития теории и практики коммуникаций с учетом зарубежного и отечественного опыта.

«Философия»

Философия - фундаментальная гуманитарная дисциплина, которая формирует целостное представление о мире, его структурной организации и свойствах, определяет мировоззрение человека и общества, составляет методологическую основу их деятельности. Среди центральных проблем формирующейся в настоящее время новой философской парадигмы являются: разработка теоретической модели сложного и противоречивого современного мира, обоснование роли человека и субъективного фактора в его развитии, становление информационного общества как мирового процесса, коэволюция его с окружающей средой и др.

«Культурология»

Курс предусматривает изучение основных теорий культуры. Раскрываются причины и закономерности развития мировой культуры. Рассматриваются и сопоставляются культурные традиции и институты первобытного общества, Древнего мира, Средневековья и Нового времени.

«Теория и практика связей с общественностью»

Дисциплина «Теория и практика связей с общественностью» читается на двух семестрах и делится на три самостоятельных раздела. Она закладывает основные теоретические знания и практические навыки профессиональной деятельности. В первом разделе курса в ходе изучения дисциплины студенты получают знания о различных сферах применения связей с общественностью в государственных, социальных, коммерческих и политических структурах.

Особое внимание в курсе уделяется принципам выделения целевых аудиторий и инструментам работы с ними, а также вопросам управления имиджем и репутацией организации, корпоративной социальной ответственности.

Отдельная часть курса посвящена изучению этапов подготовки и методов проведения исследований в сфере СО. На практических занятиях студенты приобретают навыки проведения исследований в профессиональной области, сопровождения исследовательских проектов.

В курсе отдельным разделом дается анализ информационного рынка, приводится дифференциация СМИ и их типологизация. Рассматриваются также правовые и этические основы деятельности по связям с общественностью.

«Теория и практика рекламы»

Дисциплина «Теория и практика рекламы» читается на 3х семестрах. В рамках курса систематизируются теоретические и прикладные знания в области российской и зарубежной рекламы. Феномен рекламы рассматривается в историческом, правовом, политическом, экономическом, психологическом ракурсах. Изложение предметного материала подкрепляется анализом большого количества рекламных кампаний. Сделан акцент на такие аспекты дисциплины, как история рекламы, ее типология и место в структуре маркетинга, дизайн и способы построения рекламных объявлений, каналы их распространения.

Особое внимание уделено рекламному сообщению, которое рассматривается в единстве его вербальной, визуальной и звуковой составляющих. Отдельные лекции посвящены психологической и коммерческой эффективности рекламы, рекламному бюджету и планированию кампаний. Студентам предлагается комментарий по поводу федерального закона «О рекламе», вступившего в силу с 1 июля 2006 г.

«История»

Дисциплина предусматривает изучение основных закономерностей и тенденций развития мировой истории. Главное внимание уделяется изучению основных этапов истории России в контексте мировой истории, места и роли России в истории человечества и в современном мире. Россия рассматривается как многонациональное государство и цивилизационное пространство, созданное усилиями всех народов, проживающих на ее территории.

«Речевая коммуникация»

Дисциплина «Речевая коммуникация» направлена на развитие одной из важных профессиональных компетенций специалиста по связям с общественностью и рекламе – владение приемами и методами публичного выступления. Целью дисциплины «Речевая коммуникация» является формирование способности к коммуникации в устной и письменной форме на русском и иностранном языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия. Задачами дисциплины является формирование навыков подготовки и проведения презентаций и организации публичных выступлений перед различными аудиториями на русском и английском языках.

В теоретической части предусмотрено определение места и роли публичного выступления в профессиональной деятельности, изучение принципов и методов подготовки и осуществления публичных выступлений, знакомство с их основными разновидностями, законами композиции, стиля и речевого оформления, приемами убеждения. Практическая часть курса связана со всеми этапами подготовки к выступлению, созданием текста выступления и собственно с презентациями речей различного типа, в том числе информационного и убеждающего. Также практическая часть предусматривает организацию и проведение ролевых игр, которые

моделируют ситуации речевого общения, требующие навыков публичных выступлений.

«Основы маркетинга»

В теоретических разделах рабочей программы рассматриваются основные понятия и концепции современной теории и практики маркетинга, составляющих методологическую базу изучения данного курса и смежных дисциплин специальности.

Раскрывается место и роль маркетинга в рыночной экономике и современном обществе, анализируется состояние и перспектива развития маркетинга в России с учетом зарубежного и отечественного опыта.

Рассматриваются современные тенденции в развитии маркетинга, изучаются новые концепции и веяния в маркетинге.

В программе рассматриваются этические и правовые аспекты маркетинговой деятельности организации в современных условиях.

На занятиях особо подчеркивается практический характер дисциплины и дается установка на необходимость дальнейшего самостоятельного формирования студентами умений и навыков в этой области.

«Основы менеджмента»

В теоретических разделах рабочей программы рассматриваются основные понятия и концепции современной теории управления, составляющих методологическую базу изучения данного курса и смежных дисциплин специальности. Раскрывается место и роль управления в деятельности организаций и развитии экономики, анализируется состояние и перспектива развития теории и практики управления в России с учетом зарубежного и отечественного опыта, рассматриваются этические и правовые аспекты деятельности менеджера организации.

Рассматривается роль специалиста по связям с общественностью в разработке планов организации и управленческих стратегий.

На практических занятиях особое внимание уделяется развитию аналитических и коммуникативных навыков в управлении, формируются умения и навыки решения сложных управленческих задач.

«Письменная коммуникация»

Основным объектом изучения в рамках данной дисциплины станут рекламные и PR-тексты как коммуникативные единицы. Знакомство на практике с направлениями письменной PR и рекламной деятельности и основными принципами копирайтинга является важной составляющей профессиональной подготовки будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью. Во время изучения курса студенты познакомятся с основными подходами к написанию PR и рекламных текстов, с особенностями взаимодействия с заказчиком, с видами профессиональной письменной коммуникации. В процессе обучения у студентов будут сформированы базовые навыки разработки креативных брифов и креативных концепций создания текстовых материалов.

«Маркетинговые исследования»

Рассматриваются основные понятия и концепции современной теории и практики маркетинговых исследований, составляющих методологическую базу изучения данного курса и смежных дисциплин специальности.

Раскрывается место и роль маркетинговых исследований в рыночной экономике и современном обществе, анализируется состояние и перспектива развития маркетинговых исследований в России с учетом зарубежного и отечественного опыта. Рассматриваются современные тенденции в развитии дисциплины, изучаются новые концепции и веяния в развитии маркетинговых исследований.

В программе рассматриваются этические и правовые аспекты маркетинговой деятельности организации в современных условиях.

«Теория и практика массовой информации»

Дисциплина читается на двух семестрах. В рамках курса студенты осваивают знания о существенных характеристиках журналистской профессии, структуре и функциях отечественных СМИ, формах и жанрах журналистского творчества, этических и правовых принципах функционирования массмедиа. Дисциплина ориентирована на развитие у студентов умения исследовать теорию и практику СМИ (текущие научные труды в сфере массовой информации, публицистический контент печатных и аудиовизуальных СМИ). Студенты учатся анализировать процессы и тенденции современных массмедиа, применять основной понятийный инструментарий дисциплины «Теория и практика массовой информации». В результате обучения студенты получают навыки исследования организационного и творческого опыта функционирования СМИ, анализа текущего содержания печатных и аудиовизуальных масмедиа.

«Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью»

Дисциплина "Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью" носит комплексный характер, включая в себя материалы по управлению структурными подразделениями рекламы и связей с общественностью. Особенностью дисциплины является тесная связь теоретического материала с его практической направленностью. При чтении лекций широко используются практические примеры из области рекламы и связей с общественностью российских компаний различных направлений деятельности. Практические занятия направлены на приобретение студентами навыков самостоятельной менеджерской работы в области рекламы и связей с общественностью, максимально приближенной к реальной работе сотрудников профильных отделов компаний.

«Разработка и производство рекламной продукции»

Рекламный продукт рассматривается с позиций создания сильного бренда с помощью креативных технологий. В рамках курса изучаются методы генерирования творческих идей для создания рекламы. Рассматриваются принципы и приемы создания рекламных текстов, изготовления и подготовки печатной рекламы, средства полиграфии, проектный процесс и основные художественные средства визуальной рекламы, а также рекламный дизайн. Рассмотрены основы, режиссуры рекламы сценарного мастерства, производства телевизионной рекламы, монтажа рекламного фильма. Рассмотрены теоретические и прикладные аспекты создания рекламного продукта, конкретные механизмы разработки и продвижения его основных разновидностей — рекламных стратегий, рекламных кампаний и рекламных сообщений, ключевые профессиональные требования, предъявляемые к творческим процессам создания рекламы.

«Социология массовых коммуникаций»

В курсе раскрываются предпосылки и основные этапы возникновения и развития массовой коммуникации как социальной подсистемы общества. Анализируются модели взаимодействия средств массовой коммуникации и власти, показывается роль массовой коммуникации в процессах функционирования современной демократии и в формировании общественного мнения. Анализируются теории информационно-коммуникационного процесса и взаимодействия СМК с аудиторией. Раскрываются методы исследований коммуникатора, аудитории и содержания массмедиа. Изучаются вопросы социологических теорий, методологии массовой коммуникации, применения методов социологического анализа действительности в труде журналиста, организации исследований журналистской деятельности и редакций массмедиа.

«Управление персоналом»

Предметом изучения дисциплины являются базовые понятия, принципы законы и закономерности теории и практики управления персоналом.

Изучение дисциплины предполагает формирование профессиональных компетенций будущих бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», необходимых им для решения профессиональных задач в сфере управления персоналом.

Особое внимание при изучении дисциплины уделяется активным формам обучения: защите рефератов на семинарских занятиях; ситуационному анализу различных аспектов управления персоналом в организации; разработке проектов по маркетингу персонала и мотивации персонала.

Современные медиа и цифровые коммуникации

В рамках курса происходит изучение использования современных коммуникационных и информационных технологий в связях с общественностью. Основными задачами курса являются рассмотрение приоритетных направлений применения сетевых технологий в рекламной деятельности; формирование практических навыков разработки сетевой коммуникационной активности, изучение практических форм и методов организации и реализации информационной кампании в Сети; сравнительный анализ современного зарубежного и отечественного опыта. Курс позволяет студентам овладеть знаниями в области новых медиа, необходимыми для работы в области интернет-коммуникаций, организации информационных процессов в сети Интернет, новых СМИ в связях с общественностью.

«Основы ситуационного и кросс-культурного анализа»

Дисциплина «Основы ситуационного и кросс-культурного анализа» направлена на изучение базовых понятий и принципов проведения ситуационного и кросс-культурного анализа с целью осуществления общего стратегического анализа и последующей разработки стратегии развития организаций. Изучение дисциплины предполагает формирование важных общепрофессиональных и профессиональных компетенций будущих бакалавров, таких как: способность к самоорганизации и самообразованию, способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия, способность проводить маркетинговые исследования, способность организовывать и проводить социологические исследования. Интерпретация и оценка результатов ситуационного и кросс-культурного анализа находят отражение в прогнозировании деятельности организаций, стратегическом планировании коммуникационных кампаний и мероприятий.

Особое внимание при изучении дисциплины уделяется анализу отечественных и зарубежных кейсов, работе в командах и защите полученных результатов анализа.

Основной целью изучения дисциплины «Основы ситуационного и кросс-культурного анализа» является овладение специалистами по рекламе и связям с общественностью основами кросс-культурного и ситуационного анализа, формирование у студентов базовых профессиональных знаний и навыков в области исследования внутренней и внешней среды организаций и структур, а также кросс-культурной коммуникации.

«Психология массовых коммуникаций»

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций (ПМК)» нацелена на формирование у будущих специалистов в области связей с общественностью навыков социально-психологического анализа массовой коммуникации. Курс знакомит студентов с особенностями производства сообщений в массовых коммуникациях и закономерностями их социального

восприятия массовыми аудиториями. Изучение курса будет способствовать повышению уровня теоретических знаний в области социальной психологии коммуникаций и формированию практических навыков анализа и управления моделями массового поведения, а также применения коммуникативных технологий в процессе конструирования социальной реальности средствами массовых коммуникаций.

«Корпоративные коммуникации»

Предметом изучения дисциплины являются базовые понятия, принципы, законы и закономерности процесса управления корпоративными коммуникациями как теоретико-методологическая основа профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

Изучение дисциплины предполагает формирование профессиональных компетенций будущих бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», необходимых им для решения профессиональных задач, связанных с управлением корпоративными коммуникациями организации. Особое внимание при этом уделяется овладению методологическими подходами к планированию, реализации и оценки эффективности корпоративных связей с общественностью компании в контексте решения различных задач, в том числе в условиях кризиса; формированию навыков использования инструментов и технологий корпоративных связей с общественностью в управлении персоналом компании, формировании корпоративного имиджа и корпоративной культуры.

При изучении дисциплины используются активные формы обучения: защита рефератов на семинарских занятиях; кейсы по ситуационному анализу различных аспектов управления корпоративными коммуникациями; разработка проектов, раскрывающих возможности корпоративных коммуникаций в решении профессиональных задач в области рекламы и связей с общественностью.

«Безопасность жизнедеятельности»

Целью дисциплины является изучение физических, химических, биологических и психофизиологических опасных и вредных факторов, которые могут вызвать заболевания или травмы людей. Студенты учатся тому, как выявить возможные риски проявления опасности и анализировать последствия их воздействия в нормальных, аварийных и чрезвычайных ситуациях. Они изучают простые методы расчёта и основные принципы защиты для того, чтобы предсказать результаты воздействия этих факторов на здоровье и снизить риск их проявления. Студенты должны знать российскую законодательную и нормативную базу, международные рекомендации в области обеспечения безопасности и защиты от опасностей, связанных с взрывами, пожарами, электрическим током, радиацией и другими факторами. Они должны уметь оценивать гигиенические факторы на рабочих местах, проводить классификацию по условиям труда, знать систему управления охраной труда в организации для использования в будущей профессиональной деятельности.

«ПРАВОВЕДЕНИЕ»

Дисциплина «Правоведение» призвана ознакомить студентов с основами российского права. Особое внимание уделяется Конституции Российской Федерации, а также актуальным вопросам уголовного, гражданского, административного, семейного и трудового законодательства. В курсе учитываются профессиональные потребности будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью.

«ОСНОВЫ БРЕНДИНГА»

Дисциплина направлена на то, чтобы дать студентам целостное представление о том, каким образом создаются бренды, какие стратегии используются для их развития, и как компании осуществляют управление своими брендами. Значительное внимание уделено эффективности

брендинга, а также приобретению концептуальных и методологических знаний о создании сильных брендов, усвоению навыков аналитической, креативной и инновационной деятельности при проектировании, продвижении и капитализации брендов, управлению брендингом в коммерческой и некоммерческой сферах, формированию системы знаний и навыков по управлению брендом на этапах создания, роста, зрелости и кризиса.

«Планирование и проведение коммуникационных кампаний в бизнесе и организация специальных мероприятий»

Предметом изучения дисциплины являются теория и практика проведения современных коммуникационных кампаний. Рассматриваются основные подходы к разработке, организации и проведению коммуникационных кампаний с точки зрения управления проектами в области профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью и рекламе. Изучение дисциплины предполагает формирование профессиональных компетенций будущих специалистов по направлению «Реклама и связи с общественностью», необходимых для решения профессиональных задач в организационно-управленческой и технологической сфере. Особое внимание при изучении дисциплины уделяется вопросам, связанным с прогнозированием, ситуационным анализом, выработке стратегических решений и тактики реализации кампании, включая on-line и off-line коммуникации, а также оценке ее эффективности. Во второй части изучаемой дисциплины рассматриваются специальные мероприятия, направленные на внутреннюю и внешнюю аудитории, и их планирование. Анализируются кейсы из отечественной и зарубежной практики. Используется методика командной работы, результатом которой является проект с учетом всех этапов организации и проведения коммуникационных кампаний.

«Этика коммуникаций бизнеса, НКО и органов государственной власти»

Предметом изучения дисциплины «Этика коммуникаций бизнеса, НКО и органов государственной власти» является изучение базовых понятий, закономерностей и принципов прикладной этики бакалавров в различных сферах их профессиональной деятельности: в бизнесе, некоммерческих организациях и органах государственной власти.

Анализируется работа подразделений, ответственных за связи с общественностью в бизнес-структурах, некоммерческих организациях и органах государственного управления (учитывается отечественный и зарубежный опыт). Изучаются базовые направления деятельности специалистов по коммуникациям с учетом правовых и этических аспектов. Особое внимание уделяется социальной ответственности бизнеса, власти и общества, а также планированию и реализации социальных проектов.

На практических занятиях используются активные формы обучения: анализ и разбор кейсов, групповые дискуссии и деловые игры. При анализе кейсов из отечественной и зарубежной практики студенты опираются на фундаментальные философские концепции и рассматривают, как разработанные в них этические принципы могут применяться профессиональными коммуникаторами. При проведении групповых дискуссий выясняется, какие факторы влияют на принятие этических решений на каждом уровне. Проводятся интервью с практиками и анализируются этические ситуации, возникающие в различных организациях.

«Конфликтология»

Дисциплина «Конфликтология» знакомит с основными классическими и современными теориями социального конфликта. Предлагает видение современного социального конфликта в глобальной перспективе и освещает основные концепции глобального конфликта. В традиции, восходящей к Л. Коузеру и Р. Дарендорфу, интерпретирует конфликт в его интегративных

функциях: как фактор групповой динамики и социальных изменений. Знакомит с типологией и формами конфликта, дает анализ элементов и этапов конфликта. Освещает групповые и индивидуальные стратегии поведения в конфликте. Формирует навыки анализа конфликтных ситуаций, профилактики и разрешения конфликтов.

«Физическая культура»

В высших учебных заведениях «Физическая культура» (« Physical culture») представлена как учебная дисциплина и важнейший компонент целостного развития личности. Являясь компонентом общей культуры, психофизического становления и профессиональной подготовки студента, «Физическая культура» выделена в особый раздел и входит в число обязательных дисциплин федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования.

Учебный материал дисциплины направлен на создание целостной системы социально-биологических знаний о физической культуре, здоровом образе жизни, формирование устойчивой потребности студентов в физическом самосовершенстве. Процесс обучения обеспечивает операциональное овладение студентами методами и способами физкультурно-спортивной деятельности для достижения учебных, спортивных и профессиональных целей личности.

Студенты приобретают опыт практической деятельности по повышению уровня функциональных и двигательных способностей, направленному формированию качеств личности, укреплению здоровья. Овладение основами методики самостоятельных занятий и самоконтроля обеспечивает возможность продолжения занятиями спортом и после завершения учебного курса.

Учебно-тренировочные занятия дополняются системой ежегодных студенческих спортивных соревнований и подготовкой по рекомендованной к изучению литературе.

«Религиоведение»

Предусматривает изучение основных теорий происхождения религии, тех функций и роли, которую играла религия в истории общества.

Уделяется внимание изучению трех мировых религий: буддизма, христианства, ислама.

«Межличностная коммуникация»

В курсе обсуждаются ключевые вопросы теории и практики межличностного общения, раскрывающие природу межличностной коммуникации, ее место в системе социальных взаимодействий. Рассматриваются ситуативные и психологические факторы межличностного взаимодействия, речевые и невербальные практики общения, умение слушать, особенности влияния, давления и манипулирования в общении, способы управления чувствами и эмоциями в ситуациях затрудненного общения. Обсуждаются особенности общения в различных культурных контекстах.

«Политология»

Дисциплина «Политология» имеет целью развитие навыков исследования социально-политического пространства специалистов в области связей с общественностью. Важность ее изучения продиктована настоятельной необходимостью знания законов политической жизни общества, закономерностей и тенденций развития политической системы. Исследование механизмов функционирования, роли, специфики, структуры, целей деятельности основных подсистем, институтов политической системы общества, политических партий, движений, общественно-политических организаций позволяет лучше представлять сущность и особенности участников политических процессов, где деятельность связей с общественностью имеет самое широкое распространение, а

дипломированные специалисты по связям с общественностью всегда востребованы. Курс предполагает рассмотрение концептуальных и методологических основ политологии, анализа основных этапов эволюции политических идей, различных концепций власти, ее природы, функций и форм, определение характера, сущности, типа современной политической системы РФ.

«Стилистика и литературное редактирование»

Являясь естественным объединением двух взаимосвязанных разделов языковедения, лекционно-практический курс «Стилистика и литературное редактирование» направлен на выработку у студентов гуманитарных специальностей навыков работы с текстами разных типов и призван обучить их навыкам эффективной, грамотной и выразительной устной и письменной речи в различных ситуациях общения, приемам и навыкам составления и редактирования научных текстов, текстов служебных документов (в соответствии с правилами и ГОСТами), публицистических и коммерческих рекламных текстов; сформировать у студентов корректорские и редакторские навыки.

Задачами обучения является формирование устойчивых умений наиболее целесообразно использовать языковые средства современного русского языка в соответствии с содержанием, целью, условиями высказывания и сферой общения при построении произведений различной стилевой направленности.

Курс также направлен на повышение общей культуры речи, знакомит со стилистической системой современного русского языка, особенностями стилей.

Практические занятия направлены на закрепление теоретических знаний студентов, обучение стилистическому анализу текстов, на формирование навыков выявления и устранения стилистических ошибок (определение ошибок в словоупотреблении, словообразовании, использовании частей речи

и синтаксических конструкций). При этом особое внимание уделяется выработке навыков стилистической правки текста и редактирования текстов различной стилистической направленности.

«Информационно-коммуникационные технологии в рекламе и СО»

В дисциплине рассматриваются новейшие компьютерные и информационные технологии в связях с общественностью. Особенности СО в Интернет, формирование корпоративной индивидуальности, фирменного стиля, информирование общественности, поддержание обратной связи и политики постоянного присутствия. Продвижение компании в Internet. Понятие информационной архитектуры сайта, дизайн, функции, взаимодействие с пользователем, навигация и интерфейс. Этапы создания Web-сайта: определение целей, определение целевой аудитории, создание информационной архитектуры, подбор материалов, разработка дизайна, обработка материалов, техническая реализация, обновление информации и отслеживание обратной связи. Разработка собственного сайта. Базовые принципы работы поисковых систем и каталогов, SEO-оптимизация. Особенности современного состояния социальных сетей и блогосферы, SMM и SMO-оптимизация. Также анализируется фотографическая техника и изобразительные средства фотографии, основные фирмы-производители фотоаппаратуры. Описывается устройство зеркальных камер, дается понятие профессиональной фотоаппаратуры, профессиональные программы в автоматических камерах, основные виды фотообъективов.

«Этические и правовые основы рекламы и связей с общественностью»

В рамках курса студенты освоят теоретические и прикладные аспекты этического и правового регулирования профессиональной деятельности и профессионального поведения в сфере рекламы и связей с общественностью.

Студенты получают представления об основных этических и правовых принципах и нормах, регулирующих деятельность в области рекламы и связей с общественностью как в России, так и за рубежом, научатся применять эти знания при принятии организационно-управленческих решений, диагностировать этические и правовые противоречия, овладеют технологиями и методами разрешения этических и правовых конфликтов в профессиональной деятельности.

Курс носит как теоретический, так и практически-прикладной характер, поскольку предусматривает изучение не только теоретических основ, но и анализ реальных примеров из профессиональной практики специалистов по рекламе и связям с общественностью, разрешение практических и практико-ориентированных случаев, содержащих проблемы этического и правового характера.

«Современные технологии мультимедиа в сфере СО»

В дисциплине рассматриваются новейшие компьютерные и информационные технологии в связях с общественностью, компьютерные технологии в исследованиях, планировании и оценке эффективности деятельности в области СО.

Основные разделы курса:

1. Определения мультимедиа, обзор технологий и концепций мультимедиа;
2. Технология и программные средства разработки мультимедиа приложений: программы работы с растровой и векторной графикой, программы работы со звуком, программы работы с видео и программы для создания сложных мультимедиа-систем.
3. Самостоятельная разработка композиции в растровом редакторе на заданную ключевую фразу, разработка анимированного стандартного баннера в формате GIF, разработка логотипа в векторном графическом

редакторе и съемка, монтаж и озвучивание презентационного видеоролика в одной из программ видеомонтажа.

4. Теоретические основы и принципы моделирования процесса и механизмов восприятия аудиовизуальной информации.

5. Формирование практических навыков анализа и оценки аудиовизуальных систем с точки зрения конечного потребителя аудиовизуальной информации.

6. Самостоятельное освоение новейшего программного обеспечения в области коммуникационных технологий.

7. Двухмерная анимация, пошаговая анимация, автоматический просчет промежуточных кадров, анимация движения, анимация изменения формы, анимация с использованием идентификаторов, добавление звукового слоя.

8. Трехмерная графика и анимация, программа 3ds MAX. Использование примитивов, создание источников света, создание съемочной камеры, задание материала объекта, выполнение анимации объекта, запуск процесса визуализации и получение результирующего видеофайла.

После прохождения обучения студенты смогут:

1. Оценивать длительность, виды работ, необходимые программные средства для разработки мультимедиа и интерактивных проектов;

2. Использовать наиболее известные программные средства для данных целей;

3. Создавать свои собственные интерактивные и мультимедиа приложения для целей специальности «Реклама и Связи с общественностью».

«Управление проектами»

В рамках дисциплины студентам даются основные понятия управления проектами, в том числе наиболее значимые идеи, содержащиеся в международном стандарте PMI PMBoK® Guide 2008. Рассматриваются

социальные и психологические основы проектного управления. Изучаются ключевые аспекты разработки графика работ, начиная от структурной декомпозиции работ и заканчивая выравниванием загрузки ресурсов. Программа курса также предусматривает изучение основных методов оптимизации проекта (в том числе управления рисками) и способов контроля над ходом реализации проекта. Рассматриваются особенности управления проектами в рамках программ и портфелей.

«Искусство самопрезентации и деловой этикет»

Дисциплина «Искусство самопрезентации и деловой этикет» - гуманитарная дисциплина прикладного характера, направленная на формирование персонального и корпоративного имиджа с учетом требований современного деловой культуры. Актуализация темы имиджа имеет большое значение для понимания общих тенденций современного коммуникативного взаимодействия.

Центральными проблемами курса являются имидж и деловой этикет как инструменты формирования новых моделей поведения, основанных на внешнем признании. Искусство самопрезентации становится важным фактором успеха в деловой среде, поэтому особое внимание уделяется навыкам формирования профессионального имиджа PR-специалиста.

«Риторика»

Предмет «Риторика», представляет собой теоретическое и практическое освоение основ ораторского искусства, приобретение навыков устной речи и непосредственная реализация их на материале конкретных ситуаций речевого общения. Программа дисциплины предусматривает лекционные занятия, на которых изучаются исторические и теоретические аспекты риторики, и практические занятия, на которых отрабатываются навыки ораторского искусства.

«ИСТОРИЯ ЗАРУБЕЖНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ (XX в.)»

Рассматриваются общие закономерности литературного процесса и основные идеи и концепции, определившие ход развития литературы XX века в Великобритании, США, Германии и Франции. Наряду с магистральным реалистическим направлением, исследуются возникшие в XX веке литературные течения, включая авангардизм, модернизм, экзистенциализм и др. Определение жанровых разновидностей произведений художественной литературы (модернистский, экзистенциалистский, интеллектуальный, психологический, философский роман) осуществляется в зависимости от творческого метода и мировоззрения автора. Анализ основных литературных направлений представлен на примере произведений писателей, принадлежащих к каждому из направлений и наиболее ярко и репрезентативно отразивших его в своем творчестве.

«Пол и возраст: влияние на деловую и межкультурную коммуникацию»

Курс является продолжением и конкретизацией курса «Психология». Содержание курса выявляет значение факторов пола и возраста для формирования сознания и поведения личности. В разделах курса последовательно рассматриваются основные половые и возрастные маркеры, позволяющие личности выстраивать приватные и публичные коммуникации. Теоретико-методологической основой курса являются современные отечественные и зарубежные гендерные исследования.

«СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ»

«Социальная психология» нацелен на освоение студентами знаний основных направлений, понятий, теоретических концепций, классических экспериментальных исследований в социальной психологии, на умение выявлять, описывать и объяснять особенности социального мышления и социального поведения людей. Рассматриваются социально-психологические основы человеческого восприятия и познания, вопросы мотивации и

социального утверждения личности, просоциальные (альтруизм) и антисоциальные (агрессия) установки и поведение, групповые процессы, включая ролевое взаимодействие в группе, групповую сплоченность, модели принятия групповых решений, факторы межгрупповых предубеждений и дискриминации.

“ МИРОВАЯ КУЛЬТУРА XX ВЕКА ”

В рамках курса изучаются основные тенденции развития и особенности мировой культуры XX века. Курс нацелен на усиление способностей обучаемых эффективно общаться и взаимодействовать в профессиональном и бытовом плане с носителями разных культурных и религиозных традиций. Внимание уделено современной художественной культуре во всех ее основных формах.

«МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»

Дисциплина «Мировая экономика» предполагает углубленное изучение студентами вопросов, связанных с международными экономическими отношениями. Динамизм происходящих перемен в экономической, политической и социальной сферах в мире вносит качественно новые изменения в развитие мирового хозяйства и, соответственно, международных экономических отношений.

В дисциплине «Мировая экономика» нашли отражение новые тенденции, особенности, черты, закономерности развития современного мирового хозяйства, международных экономических отношений на рубеже XX-XXI веков.

В содержание дисциплины включается рассмотрение процессов интернационализации, интеграции, транснационализации, глобализации, а также международное разделение труда, структура и динамика мировой экономики.

В дисциплине «Мировая экономика» изучаются теории международной торговли и основные формы международной торговли; рассматриваются государственная политика в области внешней торговли, политика протекционализма и политика либерализма и инструменты международного регулирования внешней торговли, а также организации по межгосударственному регулированию внешней торговли.

Дается анализ международных валютных отношений и мировой валютной системе, рассматриваются межгосударственные структуры в валютно-финансовой сфере.

Большое внимание уделяется сути и особенностям международной миграции капитала и международной миграции рабочей силы.

Рассматривается место и роль России в мировом хозяйстве.

«СОЦИАЛЬНАЯ АНТРОПОЛОГИЯ»

Курс «Социальная антропология» нацелен на выработку способности у студентов осмыслять и влиять на важнейшие процессы современного общества сквозь призму культуры, с учетом факторов формирования, поддержания и развития человека как социального существа. На базе классических и современных теорий социальной антропологии рассматриваются такие темы, как социальное пространство и время, логика повседневности, архетипы коллективного бессознательного, этнические картины мира, символические формы поведения (ритуалы, обряды, праздники), функции эмоций в повседневной жизни, игровой модус культуры, фундаментальные проблемы социальной антропологии.

«Профессиональный английский язык в коммерческой сфере»

Цель курса «Профессиональный английский язык в коммерческой сфере» - обучение практическому владению делового английского языка в профессиональной коммуникации, критерием которого является умение

употреблять языковые средства в профессиональной сфере в следующих видах речевой деятельности: говорение, аудирование, чтение и перевод документов. Для реализации задачи курса – применение английского языка в профессиональной коммуникации – необходимо знание терминологической лексики, формирование навыков общения на профессиональном уровне, умение переводить оригинальные тексты деловой документации в устной и письменной форме. По структуре курс делится на следующие аспекты: разговорная практика, аудирование, чтение и перевод документов, которые различаются тематикой и лексическим составом учебных материалов. Подбор учебных материалов обусловлен тематикой курса и необходимостью овладения базовыми речевыми навыками в профессиональной коммуникации.

«Консалтинг в политической сфере»

Курс «Консалтинг в политической сфере» имеет целью привить студентам знания, умения и навыки в сфере политических консультационных услуг и технологий проведения политических кампаний. Раскрываются основные элементы технологий проведения политических кампаний. В процессе изучения дисциплины студенты должны: проанализировать отечественные и зарубежные теоретические источники, раскрывающие состояние политического консалтинга и технологии проведения политических технологий в США, странах Западной Европы и в России; научиться проводить диагностику политической ситуации и состояния политической напряженности в обществе и различных социально-политических структурах; овладеть методикой создания и поддержания имиджа политического лидера, партии и других политических структур, умением принимать управленческие решения в политической сфере, планировать политическую деятельность, включая избирательные кампании, политическое общение, поддержание политических связей и отношений.

«Немецкий язык»

Цель курса «Немецкий язык» - вооружить студентов практическими навыками владения немецким языком, то есть умением пользоваться наиболее употребительными языковыми средствами на общем и профессиональном уровне в основных видах речевой деятельности: говорение, аудирование, чтение и письмо. Задача курса – применение немецкого языка в повседневном и профессиональном общении. По структуре курс делится на следующие аспекты: разговорная практика и аудирование, чтение и перевод, письменная практика и практическая грамматика, которые различаются тематикой и лексическим составом учебных материалов и текстов, при этом связаны между собой необходимостью овладения базовыми речевыми навыками и наличием общих грамматических тем.

«Французский язык»

Цель курса «Французский язык» - вооружить студентов практическими навыками владения французским языком, то есть умением пользоваться наиболее употребительными языковыми средствами на общем и профессиональном уровне в основных видах речевой деятельности: говорение, аудирование, чтение и письмо. Задача курса – применение французского языка в повседневном и профессиональном общении. По структуре курс делится на следующие аспекты: разговорная практика и аудирование, чтение и перевод, письменная практика и практическая грамматика, деловое письмо, которые различаются тематикой и лексическим составом учебных материалов и текстов, при этом связаны между собой необходимостью овладения базовыми речевыми навыками и наличием общих грамматических тем.

«Международные бизнес – коммуникации на английском языке»

В рамках курса студенты изучают тексты на английском языке по тематикам, связанным с международными бизнес-коммуникациями, отражающими современное состояние сферы связей с общественностью, рекламы и маркетинга. Кроме того, обучающиеся выполняют комплекс упражнений, развивающих навыки профессионального общения в мультикультурной среде. В результате работы с текстами и выполнения коллективных и индивидуальных заданий студенты получают представления об основных мировых тенденциях в сфере рекламы и связей с общественностью, что будет способствовать их эффективному взаимодействию в международном профессиональном сообществе.

Студенты получают представления об основных мировых тенденциях в сфере рекламы и связей с общественностью; применении этих знаний для решения профессиональных задач межличностного и межкультурного взаимодействия; знание технологий и методов снижения напряжения и конфликтности в контексте межкультурного взаимодействия в профессиональной деятельности.

Курс носит как теоретический, так и практически-прикладной характер, поскольку предусматривает изучение не только теоретических основ, но и анализ реальных примеров из профессиональной практики специалистов по рекламе и связям с общественностью.

«Связи с общественностью в финансовой сфере»

Дисциплина «Связи с общественностью в финансовой сфере» ставит своей целью показать специфику коммуникационного сопровождения деятельности финансовых структур – банков, страховых и других финансовых учреждений.

В ходе изучения дисциплины студенты получают навыки анализа проактивной и реактивной деятельности отделов по связям с общественностью, рекламы и маркетинга банковских структур, получают

знания об истории и современном состоянии деятельности коммуникационных служб финансовых учреждений.

Особое внимание в курсе уделяется специфике работы с группами целевой общественности и целевой аудиторией, а также коммуникационному инструментарию, используемому в деятельности специалиста по связям с общественностью в финансовой сфере.

«Речевое воздействие в рекламе»

В рамках дисциплины студентам даются ключевые знания, связанные с применимыми в современной рекламе технологиями речевого воздействия. Речевое воздействие рассматривается как разновидность информационно-психологического воздействия. Изучение социальных и психологических основ речевого воздействия позволяет установить, как специфические условия рекламной коммуникации (односторонний характер коммуникации, установка адресанта на активное влияние, отсутствие изначальной заинтересованности адресата и др.) порождают особый тип дискурса – рекламный дискурс. Подвергается анализу тезис о манипулятивности рекламы. Изучаются когнитивные основы создания рекламного образа. Рассматривается уровневая структура речевого воздействия. Программа курса предусматривает изучение основных методов оптимизации рекламного речевого воздействия, что включает в себя управление процессами декодирования и интерпретации рекламного текста, использование средств суггестии и мнемонических приёмов, управление вниманием адресата, адекватное дискурсивное позиционирование (репрезентацию социального пространства в рекламном тексте). «Этические и правовые основы рекламы и связей с общественностью»

В рамках курса студенты освоят теоретические и прикладные аспекты этического и правового регулирования профессиональной деятельности и профессионального поведения в сфере рекламы и связей с общественностью.

Студенты получают представления об основных этических и правовых принципах и нормах, регулирующих деятельность в области рекламы и связей с общественностью как в России, так и за рубежом, научатся применять эти знания при принятии организационно-управленческих решений, диагностировать этические и правовые противоречия, овладеют технологиями и методами разрешения этических и правовых конфликтов в профессиональной деятельности.

Курс носит как теоретический, так и практически-прикладной характер, поскольку предусматривает изучение не только теоретических основ, но и анализ реальных примеров из профессиональной практики специалистов по рекламе и связям с общественностью, разрешение практических и практико-ориентированных казусов, содержащих проблемы этического и правового характера.

«Психология творческой деятельности в рекламе и СО»

Содержание курса составлено таким образом, чтобы создать у студентов системное представление о феномене творчества, о глубине и сложности творческого процесса, несводимого к материально выраженной продуктивности.

Помимо общих вопросов, касающихся специфики механизмов творческого процесса в различных областях деятельности, творческих способностей, особенностей творческой личности и других, в курсе поднимаются вопросы возможности творческого подхода к профессиональной деятельности. Особое внимание уделяется возможности творчества в коммуникативных профессиях. Программа курса предусматривает проведение на практических занятиях ряда творческих мастерских, связанных с созданием оригинальной метафоры, написанием оригинального поэтического текста, написанием рекламного текста и написанием иронического рекламного текста.

«Стратегический маркетинг»

Рассматриваются основные понятия и концепции современной теории и практики стратегического маркетинга. Раскрывается место и роль стратегического маркетинга в рыночной экономике и современном обществе, анализируется состояние и перспектива развития стратегического маркетинга в России с учетом зарубежного и отечественного опыта. Рассматриваются современные тенденции в развитии стратегического маркетинга. Рассматриваются этические и правовые аспекты стратегической маркетинговой деятельности организации

«Психология рекламы»

Программа дисциплины «Психология рекламы» предполагает изучение основных психологических механизмов рекламной коммуникации в условиях прочно утвердившихся рыночных отношений. Учебный курс «Психология рекламы» предусматривает лекционные занятия, посвящённые проблемам мифодизайна в рекламе, использованию психоаналитических и бихевиористских концепций, выбору определённых рекламных стратегий и т. п. Курс также предусматривает практикум по созданию рекламных текстов с использованием допустимых с этической и правовой точек зрения психологических механизмов рекламного воздействия. Важнейшей задачей данного курса является не только ознакомление с путями повышения эффективности рекламного воздействия, но и, в первую очередь, изучение возможностей психогигиены и психопрофилактики в рекламной коммуникации, необходимых для обеспечения информационно-психологической безопасности личности. Решение указанных задач представляется тем более необходимым, чем активнее идут в современном обществе процессы превращения рекламной информации в своеобразный элемент массовой культуры.

«Разработка проектов в международной сфере на английском языке»

Курс носит междисциплинарный характер. Он направлен на формирование у студентов понимания процессов управления проектами на международном уровне. В дисциплине раскрываются научные основы и технологические аспекты проектного менеджмента, важные для управления проектами в составе как национальных, так и международных команд. Внимание сосредоточено на особенностях управления проектами в международном бизнесе, что способствует развитию у студентов навыков самостоятельного анализа основных принципов и моделей международных проектов с учетом экономических, политических, социальных и других факторов, влияющих на их успех. Курс направлен на подготовку конкурентоспособных специалистов в области международного управления проектами, что подразумевает интеллектуальное, творческое и духовное развитие личности учащегося.