

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Галунин Сергей Александрович

Должность: Директор департамента образования

Дата подписания: 01.03.2022 13:47:04

Уникальный программный ключ:

1cb4f9edcd6d31e931c556ddefa3b376a447365a5419cb3e3965cc668ec8658b

АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН

образовательной программы подготовки бакалавров

«Реклама и связи с общественностью в бизнесе»

по направлению

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

«Иностранный язык»

Целью освоения дисциплины является повышение уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, и овладение обучающимися необходимым уровнем компетенций для решения коммуникативных задач в различных областях повседневной, культурной и профессиональной деятельности. Дисциплина «Иностранный язык» имеет практико-ориентированный характер и направлена на освоение всех видов речевой деятельности: говорение, аудирование, чтение и письмо. По структуре курс делится на следующие модули: разговорная практика, аудирование, чтение, письмо, практическая грамматика и перевод, которые различаются тематикой и лексическим составом учебных материалов и текстов, при этом связаны между собой необходимостью овладения речевыми навыками и наличием общих грамматических тем.

«Психология»

Дисциплина 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 и личностного роста. Рассмотрены в этой связи мотивационный и деятельностный ее 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.

«История искусства»

Курс истории искусства представляет собой обзорный анализ искусства в историко-культурном контексте, а также в контексте основных философских и эстетических идей и концепций в период от античности до XXI века включительно. Изучение искусства в рамках данного курса является обзорным, внимание акцентируется лишь на особенно важных явлениях мирового процесса в данной области. Изучение наиболее значительных произведений искусства предполагает визуальное знакомство с ними через фотографии, репродукции, архитектурные схемы, а так же изучение студентами специальной литературы. Дисциплина предназначена для студентов коммуникативных специальностей, что обуславливает подбор изучаемых литературно-художественных произведений с учётом их социально-психологической проблематики, долженствующей создать у будущих профессиональных коммуникаторов верное представление о глубине и неоднозначности мира и человека, а также способствовать формированию у них гуманистических ценностей.

«Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях»

Понятия информации, информационной системы, информационных технологий. Классификация вычислительных систем. Архитектура

компьютера, состав и основные характеристики компонентов вычислительных систем. Средства объединения компьютеров. Сервисное программное обеспечение. Программные средства архивирования и защиты информации.

Программные средства редактирования текстовых документов. 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. Обработка растровых и векторных изображений.

Основные разделы курса: современные средства обработки, хранения и передачи информации; автоматизация расчетов над табличными данными: подготовка и редактирование графической информации;

После прохождения обучения студенты смогут:

Использовать в профессиональной деятельности возможности вычислительной техники и программного обеспечения. Создавать базы данных. Подготавливать и размножать документы; выполнять обработку данных с помощью электронных таблиц; защищать и восстанавливать информацию; использовать средства компьютерной графики в рекламной деятельности.

«Основы теории коммуникации»

Дисциплина «Основы теории коммуникации» направлена на освоение понятийного аппарата и основных положений базисных теорий коммуникации и коммуникационного поведения, а также на формирование теоретико-методологического базиса для изучения последующих социально-коммуникационных и профессиональных дисциплин.

«Введение в коммуникационные специальности»

Дисциплина «Введение в коммуникационные специальности» 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. Предполагается ознакомление с основными понятиями и положениями теории и практики рекламы и связей с общественностью, основными юридическими и этическими нормами в этой сфере.

Дисциплина направлена на развитие у студентов умений и навыков отвечать на запросы общества в профессиональной коммуникационной деятельности, использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий, учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.

«Философия»

Философия – гуманитарная дисциплина, изучающая общие и фундаментальные проблемы, такие как проблемы, связанные с реальностью, экзистенцией, знанием, ценностями, сознанием, мышлением и языком. Философия отличается от других способов решения таких проблем своим критическим и системным подходом и опорой на рациональные аргументы. Изучение философии 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 можно назвать: 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.

«Экономика»

Целью преподавания дисциплины является формирование знаний студентов по проблемам экономической теории, которые являются основой экономико-управленческой подготовки студентов.

Первый раздел современной экономики – микроэкономика, состоит из следующих тем: анализ спроса и предложения, поведение потребителей, микроэкономическая концепция производства, теория фирмы и издержек, рынки совершенной и несовершенной конкуренции, рынки факторов производств.

Второй раздел посвящен изучению макроэкономики, в котором изучаются: система национальных счетов, теории потребления, инвестиций, безработицы, инфляции, экономического роста, денежно-кредитная и фискальная политика.

«Культурология»

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.

«История литературы»

Курс истории литературы представляет собой обзорный анализ мирового литературного процесса в историко-культурном контексте, а также в контексте основных философских и эстетических идей и концепций в период от античности до XX века включительно. Изучение литературно-художественной практики в рамках данного курса является обзорным, внимание акцентируется лишь на особенно важных явлениях мирового литературного процесса. Изучение наиболее значительных произведений отдельных авторов предполагает чтение студентами литературно-художественных текстов. Дисциплина предназначена для

студентов коммуникативных специальностей, что обуславливает подбор изучаемых литературно-художественных произведений с учётом их социально-психологической проблематики, долженствующей создать у будущих профессиональных коммуникаторов верное представление о глубине и неоднозначности мира и человека, а также способствовать формированию у них гуманистических ценностей.

«Теория и практика связей с общественностью»

Дисциплина «Теория и практика связей с общественностью» изучается на 2,3 и 4 семестрах и делится на 3 самостоятельных раздела. Во 2 семестре студенты знакомятся с понятийным аппаратом связей с общественностью, с основными подходами к PR-деятельности в различных сферах, технологиями, методами и инструментами профессиональной деятельности в современной онлайн и офлайн-среде. В ходе изучения дисциплины формируется представление об основных отечественных и зарубежных концепциях PR, о принципах профессиональной этики. В 3 семестре изучаются базовые алгоритмы, методы исследования, аналитические и технологические процедуры, используемые в проектах и кампаниях по связям с общественностью. Формы взаимодействия со СМИ, сопроводительный документооборот, основные маркетинговые инструменты по продвижению коммуникационного продукта и взаимодействию с разными целевыми группами общественности изучаются на примере анализа классических и современных кейсов в 4 семестре. Рекомендуется сочетание лекционных, семинарских, практических и проектных форм проведения занятий.

«Теория и практика рекламы»

Курс рассчитан на студентов, обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью». Изучение данного курса по учебному плану

предполагает три семестра и написание двух курсовых работ.

Целью курса является формирование знаний по истории рекламы как зарубежной, так и российской, знания и навыки по разработке коммерческой и некоммерческой рекламы, оценке эффективности рекламы, определения целевой аудитории, а также каналов размещения рекламных сообщений.

Задачи дисциплины: дать общее представление об основных законах и направлениях функционирования и развития рекламы, актуальных проблемах современной рекламы; познакомить студентов с видами рекламы и определить их специфику; дать представление о методах исследований, на которых функционирует реклама; ознакомить правовыми и этическими нормами в рекламе.

«Редактирование текстов массовой коммуникации»

Дисциплина «Редактирование текстов массовой коммуникации» входит в комплекс лингвистических дисциплин, имеет прикладной характер и ставит целью усвоение знаний о специфике редакторской работы и формирование умений редактирования текстов. Курс дает базовые системные теоретические представления о литературном редактировании, правах и обязанностях редактора, границах и целях вмешательства в текст и методике анализа и правки материала. Рассматривается процесс литературной подготовки текста СМИ к публикации, аспекты редакторского анализа, критерии оценки, способы правки его содержания и языка в контексте массмедиа и связей с общественностью.

Дисциплина направлена на развитие у студентов навыков комплексного профессионального анализа и правки языковых и смысловых качеств текстов, функционирующих в сфере массовой коммуникации, освоение профессиональных приемов редактирования авторских материалов, а также овладение навыками создания собственных текстов с учетом специфики разных типов СМИ.

«Речевая коммуникация в рекламе и связях с общественностью»

Дисциплина «Речевая коммуникация» направлена на формирование способности к коммуникации в устной и письменной форме для выполнения профессиональных функций связей с общественностью и рекламы. Определяется место и роль публичного выступления в профессиональной деятельности, изучаются принципы и методы подготовки и осуществления публичных выступлений, их основные разновидности, законы композиции, стиля и речевого оформления, приёмы убеждения. Практическая часть курса связана с этапами подготовки к выступлению, созданием текста выступления и презентациями в различных речевых жанрах и стилях.

«Деловая и межличностная коммуникация»

Учебный курс нацелен на обсуждение базовых принципов анализа коммуникативных ситуаций межличностного и делового общения, формирование приемов диагностики и самодиагностики поведения в межличностном и деловом общении, развитие навыков формирования оптимальных межличностных отношений в бытовой и деловой среде, в том числе управление коммуникативными стилями и приемами самопрезентации, эффективное слушание, эмоциональное саморегулирование в напряженных ситуациях, приемы управления поведением человека в организации, согласования интересов, распознавания и противодействия манипулятивному воздействию.

«Политология»

Дисциплина «Политология» имеет целью развитие навыков исследования социально-политического пространства специалистов в области связей с общественностью. Данная рабочая программа

предполагает первоначальное рассмотрение в курсе лекций основ политологии, анализа основных этапов эволюции политических идей, различных концепций власти, ее природы, функций и форм, определение характера, сущности, типа современной политической системы РФ.

«Копирайтинг в оффлайн и онлайн средах»

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.

«История»

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.

«Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы»

Курс направлен на формирование глубоких социально-личностных компетенций: владение базовыми навыками принятия этических решений в профессиональной сфере; понимание специфики социальной ответственности в современном гражданском обществе; способность работать в коллективах, возглавлять их, учитывать этические особенности взаимодействия между сотрудниками; готовность к быстрой адаптации в меняющейся профессиональной сфере; умение решать этические конфликты.

«Теория и практика медиакommunikаций»

В процессе обучения студенты получают знания о характеристиках журналистской профессии, структуре и функциях отечественных СМИ, формах и жанрах журналистского творчества, этических и правовых принципах функционирования СМИ. Студенты получают умения исследовать теорию и практику СМИ, научные труды в сфере массовой информации, содержание печатных и аудиовизуальных СМИ, анализировать процессы и тенденции современных СМИ. В результате обучения студенты получают навыки исследования организационного и творческого опыта функционирования СМИ, навыки работы по созданию информационных и аналитических текстов.

«Интегрированные коммуникации»

Курс интегрированных коммуникаций представляет собой обзорный анализ концепции управления процессами коммуникационного взаимодействия в бизнесе, политике и социальной сфере, основанных на основе полученных данных (об аудитории, потребителе, потребительском поведении, конкурентах, учете различных факторов рынка и т.д.) и использовании согласованных, но различных сообщений для различных

аудиторий. В основе подхода лежит равноправный подход к управлению коммуникацией со всеми группами, важными для организации как внутри самой организации, так и во внешней среде и интеграция коммуникаций в различных коммуникативных средах и с помощью разных коммуникативных технологий (PR, реклама, маркетинг, стимулирование сбыта, организация мероприятий и др.) на основе согласованного подхода.

«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.

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.

«Цифровые коммуникации»

В рамках курса происходит изучение использования современных коммуникационных и информационных технологий в связях с общественностью. Основными задачами курса можно считать 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.

«Социология»

Дисциплина «Социология» имеет целью формирование навыков прикладных социально-политических исследований, проведения простых анкетных опросов и составления программ небольших социологических исследований. Важность ее изучения продиктована настоятельной необходимостью знания социально-политических законов, тенденций и закономерностей развития современного общества и политических систем. Исследование основных социальных и политических институтов общества, подсистем и структур политических систем, механизмов функционирования, роли и целей их деятельности позволяет формировать у студентов системные, целостные знания об обществе как сложной социальной мегасистеме, типах общественных систем, сущности и особенностях участников социально-политических процессов, характере и природе общественной системы современной России.

«Стилистика и литературное редактирование»

Являясь естественным объединением двух взаимосвязанных разделов языковедения, 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.

«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.

«Психология рекламы и связей с общественностью»

Курс направлен на формирование представлений о психологических механизмах коммуникационного взаимодействия и о современных психологических теориях (аттитюдов и атрибуции, стереотипов и предрассудков, дискриминации и агрессии и т.д.), применяемых в профессиональной деятельности по рекламе и связям с общественностью. Основными задачами курса являются освоение студентами методологий анализа психических явлений и процессов в рамках социальных коммуникаций; изучение функций психических процессов в рекламе и связях с общественностью; овладение социально-психологическими методами, навыками и приемами управления коммуникационным взаимодействием.

«Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью»

В рамках дисциплины у студентов формируются системные базовые знания, умения и навыки по управлению проектами в сфере рекламы и связей с общественностью. Студентами изучаются основные понятия и методы управления коммуникационными проектами, ключевые аспекты

разработки графика работ и формирования бюджета проекта. Программа курса также предусматривает изучение основных методов мониторинга проектной деятельности с целью оперативной корректировки коммуникационного проекта и прогнозированию последствий его реализации.

«Безопасность жизнедеятельности»

Объектами обучения являются физические, химические, биологические и психофизиологические опасные и вредные факторы. Принципы защиты от этих факторов должны быть известны и быть использованы для уменьшения профессионального риска возможных опасностей. Изучаются методы расчёта, требования основных российских законов и нормативных документов, некоторые международные рекомендации в области защиты от риска поражения электрическим током, взрыва и пожара, излучения и других негативных факторов.

«Социология рекламы и связей с общественностью»

В курсе раскрываются особенности социологического подхода в области рекламы и связей с общественностью, что способствует формированию понимания социального контекста изучаемой деятельности. В рамках дисциплины студентам предлагается использовать и соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп, в практике осуществления рекламной деятельности, владеть навыками социологического анализа, выступать в качестве заказчика социологических исследований.

«Организация и проведение коммуникационных кампаний»

Дисциплина знакомит студентов с понятийным аппаратом и основными положениями базисных теорий комплексных организационных мероприятий.

Рассматриваются специальные мероприятия, особенности их планирования и проведения. Особое внимание уделяется исследованию, разработке стратегии и тактики реализации кампании, а также оценке ее эффективности.

Используется методика командной работы, результатом которой является проект с учетом всех этапов организации и проведения коммуникационных кампаний.

«Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы»

Дисциплина «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы» направлена на формирование регулятивного компонента профессионального сознания будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью.

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

Студенты получают представления об основных 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 в ходе реализации коммуникационных проектов.

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 правового характера.

«Менеджмент в рекламе и связях с общественностью»

Курс менеджмент в рекламе и связях с общественностью носит теоретико-прикладной характер и акцентирует внимание на двух аспектах места и роли рекламы и связей с общественностью в управленческом процессе. С одной стороны реклама и связи с общественностью выступают особой сферой менеджмента, а с другой стороны его факторами. В соответствии с этим, изучение дисциплины предполагает формирование профессиональных компетенций будущих бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», необходимых им для решения профессиональных задач, связанных с реализацией коммуникационных кампаний проектов и мероприятий, а также с разработкой и реализацией коммуникационного продукта в контексте маркетинговых, имиджевых, репутационных и иных задач, с акцентом на знание деловой этики и принятых профсообществом этических норм профессии.

«Физическая культура и спорт»

В дисциплине «Физическая культура и спорт» учебный материал направлен на создание целостной системы теоретических знаний о физической культуре, умений направленного использования разнообразных средств физической культуры и спорта для сохранения здоровья и формирования устойчивой потребности студентов в систематических занятиях спортом.

За время обучения студенты овладевают основами методики самостоятельных занятий физической культурой и спортом. Приобретают стойкое желание продолжения занятий спортом и после завершения учебного курса.

«Информационно-коммуникационные технологии в проектах рекламы и связях с общественностью»

В дисциплине рассматриваются новейшие компьютерные и

информационные технологии в проектах рекламы и связей с общественностью. Продвижение компании в Internet. Особенности современного состояния социальных сетей и блогосферы. SEO, SMM и SMO-оптимизация. Этапы создания Web-сайта проекта. Понятие информационной архитектуры сайта, дизайн, функции, взаимодействие с пользователем, навигация и интерфейс. Разработка баннера проекта.

Рассматриваются перспективные беззеркальные полноформатные камеры для реализации высокого качества и скоростной съемки для проектной деятельности. 4K, 6K и 8K форматы для видео и Stop-video в проектах.

Изучаются системы управление проектами. Определяется понятие проекта, жизненный цикл проекта, организационные аспекты управления проектами, процессы управления проектами, управление проектами в MS Project, краткая характеристика MS Project, критический путь, линейная диаграмма Гантта, сетевой график, последовательные и параллельные работы, база данных MS Project.

«Разработка и производство рекламной продукции»

В условиях современной экономики продвижение бренда, продуктов или услуг невозможны без активной рекламной поддержки. Курс имеет практическую ориентацию, по окончании курса студенты получают навыки составления портрета целевой аудитории, использования аватаров для проведения онлайн и офлайн рекламных компаний, знание принципов создания успешных рекламных сообщений. Цель курса состоит в том, чтобы способствовать пониманию специфики современных каналов распространения рекламы и практическому освоению основных этапов разработки рекламного продукта в зависимости от целей рекламной компании и используемых каналов продвижения.

«Современные технологии мультимедиа в рекламе и связях с общественностью»

В дисциплине рассматриваются новейшие компьютерные и информационные технологии в рекламе и связях с общественностью.

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 логотипа в векторном графическом редакторе и съемка, монтаж и озвучивание презентационного видеоролика в одной из программ видеомонтажа.
4. Двумерная анимация.
5. Трехмерная графика и анимация, программа Autodesk 3ds MAX.

После прохождения обучения студенты смогут создавать свои собственные интерактивные и мультимедиа приложения для целей специальности «Реклама и Связи с общественностью».

«Маркетинговые исследования в коммерческой и производственной сфере»

Данная дисциплина посвящена вопросам проведения маркетинговых исследований – как одному из важнейших элементов комплекса маркетинговых действий, необходимого для успешной разработки продукта и коммуникации с потребителем.

Цель дисциплины - освоение понятийного аппарата и основных положений базисных теорий исследовательских мероприятий. Задачи дисциплины - дать представление о планировании и реализации

исследований в отечественной и зарубежной практике. В ходе изучения дисциплины студенты получают характеристику исследовательских инструментов, классификацию и типологию методов и инструментов исследования. В рамках курса будет проведен анализ исследовательских программ с теоретической и практической точек зрения, а также продемонстрированы основные проблемы в планировании и реализации исследований.

«Профессиональный английский язык в коммерческой сфере»

Цель курса «Профессиональный английский язык в коммерческой сфере» - овладение нормами профессионального английского языка, особенностями функционирования PR-дискурса, профессиональной терминологией и принципами межкультурной коммуникации в сфере рекламы и связей с общественностью; формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для решения социально-коммуникативных и профессиональных задач во всех видах речевой деятельности (говорение, аудирование, чтение, письмо), а также умения переводить деловую документацию. В соответствии с целями и задачами структура курса делится на следующие аспекты (модули): разговорная практика, аудирование, чтение письмо 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.

«Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью»

Дисциплина «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью» носит комплексный характер, включая в себя знания по управлению структурными подразделениями рекламы и связей с

общественностью. Особенностью дисциплины является тесная связь теоретического материала и его практическая направленность. При чтении лекций широко используются практические примеры в области рекламы и связей с общественностью российских компаний различных направлений деятельности. Практические занятия направлены на приобретения студентами навыков самостоятельной менеджерской работы в области рекламы и связей с общественностью, максимально приближенной к реальной работе сотрудников профильных отделов компаний.

«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.

«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.

«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.

«Управление конфликтами в бизнесе и промышленности»

Курс знакомит студентов с пониманием сущности современного социального конфликта. Междисциплинарный подход к конфликту позволяет осветить различные культурно-исторические мировоззренческие и методологические традиции интерпретации конфликта и предложить аналитические модели для изучения и управления конфликтами. Конфликты государства и субъектов частно-предпринимательского интереса, трудовые споры и другие виды конфликтов, их структурные и функциональные особенности будут изучаться на конкретных примерах. Преимущественное внимание будет уделено опыту урегулирования конфликтов, моделям согласования интересов, институтам разрешения конфликтов – управлению конфликтами.

«Кросс-культурный анализ в международных проектах рекламы и связей с общественностью»

Основной целью курса является формирование у студентов знаний о специфике кросс-культурного анализа и его применения в сфере рекламы и связей с общественностью, а также об основах межкультурного взаимодействия, природе деловой культуры, её связи с основными константами и переменными культуры, развитие представлений о существующих различиях в организации экономической жизни и деловом поведении разных народов, а также о формах и методах управления персоналом мультинациональных компаний, организаций, проектов. В рамках курса студентам будет предложено разработать международные проекты/ проекты по интернационализации продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью, которые позволят применить полученные теоретические знания на практике.

«Элективные курсы по физической культуре и спорту»

Изучение дисциплины «Элективные курсы по физической культуре и

спорту» ориентировано на развитие и совершенствование физических качеств, двигательных умений и навыков обучающихся для обеспечения психофизической готовности к будущей профессиональной деятельности и использования средств физической культуры в процессе организации активного досуга и повышения качества жизни.

Элективная физическая культура является обязательной, к освоению и в зачётные единицы не переводится.

Студенты приобретают опыт практической деятельности по повышению уровня функциональных и двигательных способностей, направленному развитию физических качеств, укреплению здоровья.

Программа адаптивной физической культуры направлена на формирование жизненно необходимых знаний, умений и навыков по сохранению и поддержанию организма в активном функциональном состоянии, обучению технике правильного выполнения физических упражнений, осознание занимающимися жизненно необходимой потребности в двигательной активности.

К каждому студенту требуется индивидуальный подход, поэтому при выборе конкретных физических упражнений, рекомендованных студентам, внимание обращается на физические способности студента, специфику его заболевания и уровень его социальной адаптации.

«Социальная психология»

Курс нацелен на освоение студентами основных теоретических направлений, понятий, 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.

«Риторика»

Предмет «Риторика», изучаемый в высших учебных заведениях, в объеме не профилирующего курса, 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 ора ораторского искусства.

«Социальная антропология»

Курс нацелен на выработку способности у студентов осмысливать 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.

«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).

«Психология творческой деятельности в рекламе и со»

Курс предполагает создание системного представления о феномене творчества, о глубине и сложности творческого процесса, несводимого к материально выраженной продуктивности.

Особое внимание уделяется возможности творчества в коммуникативных профессиях. На практических занятиях проводится ряд творческих мастерских, таких как создание оригинальной метафоры, написание оригинального поэтического текста, написание иронического рекламного текста.

«Этика и этикет коммуникации с китайскими партнёрами»

Дисциплина «Этика и этикет коммуникаций с китайскими партнерами» - гуманитарная дисциплина прикладного значения. Предметом изучения дисциплины являются этические аспекты делового

взаимодействия с китайскими партнерами, законы перцептивного, коммуникативного и интерактивного взаимодействия, а также культурные регуляторы делового поведения при взаимодействии с китайскими партнерами.

Дисциплина знакомит студентов со структурой, условиями реализации, уровнями и различными формами деловой коммуникации и нормами делового этикета. Особое внимание в программе данного курса уделяется практическим вопросам ведения профессиональной деловой переписки, деловых бесед, дискуссий и споров, умения строить свои выступления, рационально организовывать свое рабочее время в ситуации делового взаимодействия с китайскими партнерами.

«Корпоративная социальная ответственность бизнеса»

В последнее время наблюдается устойчивый рост интереса как академического, так и бизнес сообщества к теме корпоративной социальной ответственности (КСО). Курс посвящен изучению корпоративной социальной ответственности как неотъемлемой части подготовки бакалавров рекламы и связей с общественностью.

Цель дисциплины состоит в том, чтобы способствовать формированию в нашей стране системы цивилизованных рыночных отношений, где бизнес развивался бы устойчиво, эффективно решал свои экономические задачи, при этом был законопослушным и соответствовал этическим ожиданиям, которые существуют в обществе.

«Совместные проекты с китайскими партнёрами»

Дисциплина «Совместные проекты с китайскими партнерами» – гуманитарная дисциплина прикладного значения. Совместные проекты предполагают договорные бизнес-отношения с китайскими партнерами, возникающие при совместном или скоординированном осуществлении проектов и различных форм предпринимательской деятельности.

Совместная работа с китайскими партнерами требует знания системы ценностных ориентиров, норм этического и этикетного поведения, а также протокольных норм и норм цифровых коммуникаций, включая цифровой этикет. Дисциплина направлена на формирование у студентов профессиональных компетенций, необходимых для осуществления профессиональной деятельности в области осуществления международной предпринимательской деятельности с китайскими партнерами.

«Коммуникация с органами государственной власти»

В теоретических разделах дисциплины рассматриваются основные понятия и принципы формирования системы органов государственной власти Российской Федерации, оказывающие непосредственное влияние на специфику работы специалиста по связям с общественностью в органах государственного управления, а также специалиста по связям с общественностью иных хозяйствующих субъектов при осуществлении взаимодействия с подразделениями органов государственного управления. Анализируется работа подразделений органов государственного управления, ответственных за связи с общественностью (учитывается отечественный и зарубежный опыт).

На практических занятиях особое внимание уделяется освоению методов организации подразделений органов государственного управления, ответственных за связи с общественностью, и осуществления деятельности специалиста по связям с общественностью такого подразделения. Кроме того, рассматривается методика организации взаимодействия (в т.ч. лоббирования) специалистов по связям с общественностью иных хозяйствующих субъектов с органами государственного управления и подразделениями органов государственного управления, ответственных за связи с общественностью.

«Связи с общественностью в некоммерческой сфере»

В связи с все возрастающей ориентацией законодательной и исполнительной власти Российской Федерации на усиление социально ориентированной политики государства роль и значение некоммерческих организаций неуклонно увеличивается. Специфика деятельности НКО и роль связей с общественностью в этих организациях с учетом их разнообразия, а также их взаимодействие с властными структурами и бизнесом оказываются очень важным аспектом в общей системе подготовки бакалавров по данному направлению.

В программе рассматриваются такие вопросы как роль третьего сектора в развитии демократического общества, особенности деятельности менеджера по СО и рекламе в некоммерческой сфере. Фандрейзинг, спонсорство, взаимоотношения с СМК, этические аспекты являются центральными темами, рассматриваемыми в рамках данной дисциплины.