Приложение 3

АННОТИРОВАННАЯ ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ НАПРАВЛЕННОСТЬ (ПРОФИЛЬ) РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.Б.01 «История»

МОСКОВСКИЙ ГОРОДСКОЙ УНИВЕРСИТЕТ МГПУ САМАРСКИЙ ФИЛИАЛ
Козловская Галина Ефимовна
O=СФ ГАОУ ВО МГПУ, CN= Козловская Галина Ефимовна, E= samara@mgpu.ru
2023.12.26 10:50:01 +04'00'

1. Цели и задачи учебной дисциплины.

Цели дисциплины:

формирование у обучающихся систематизированных и проблемном уровне знаний по истории России с учетом различных пол ических, территориальных, культурных и социально-экономических процессов. Курс призван расширить и обобщить знания, полученные обучающимися в школе, раскрыть новые содержательные аспекты истории Отечества, привлечь внимание к ключевым проблемам истории России и их взаимосвязи с современным развитием страны.

Задачи дисциплины:

- усвоение обучающимися системы знаний об основных событиях многовековой истории России в их причинно-следственной связи, месте отечественной истории в мировом историческом процессе, а также о теоретической проблематике данного курса;
- раскрытие культурных, ценностных основ Российского государства;
- воспитание у обучающихся чувства уважения к истории Отечества как важнейшего элемента национальной идентичности,
- выработка обучающимися умения формулировать и аргументированно отстаивать личную точку зрения;
- формирование навыков самостоятельной работы с историческим источником, научно-исследовательской, учебной и справочной литературой.

2. Место дисциплины в ОПОП ВО.

Программа дисциплины «История» является базовой дисциплиной в ОПОП ВО(Б1.Б.01). Программа курса опирается на знание наук исторического цикла, философского цикла. Изучение данного предмета играет определяющую роль в формировании мировоззрения.

3. Требования к результатам освоения дисциплины.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

– свои права и обязанности как гражданина своей страны;

– особенности развития современного информационного общества.

уметь:

− использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач;

– использовать Гражданский Кодекс, другие правовые документы в своей деятельности.

владеть:

− способностью анализировать социально-значимые проблемы и процессы;

–способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часов), экзамен.

5. Основные разделы дисциплины:

История России в древности и Средневековье (V – XVII века). Россия в Новое время (XVIII – XIX века). Новейшая история России.

6. Составитель: СФ ГАОУ ВО МГПУ к.и.н, доцент кафедры истории международного права и зарубежного регионоведения А.П.Артюков

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.Б.02. «Философия»

1. Цели и задачи освоения дисциплины: развитие у обучающихся интереса к фундаментальным знаниям, стимулирование потребности к философским оценкам культурных событий и фактов действительности. Формирование представления о специфике философии как способе познания и духовного освоения мира, основных разделах современного философского знания, философских проблемах и методах их исследования; овладение базовыми принципами и приемами философского познания; введение в круг философских проблем, связанных с областью будущей профессиональной деятельности. Курс представляет введение в философию, дает представление об особенностях философского знания, о его роли в развитии и функционировании культуры, о его значении для личностного развития человека.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Философия» относится к базовой части дисциплин ОПОП ВО (Б1.Б.02.).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

-- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- основные направления, проблемы, теории и методы философии;
- содержание современных философских дискуссий по проблемам общественного развития.

уметь:

- формировать и аргументированно отстаивать собственную позицию по различным проблемам философии;
- использовать положения и категории философии для оценивания и анализа различных социальных тенденций, фактов и явлений.

владеть:

- навыками восприятия и анализа текстов, имеющих философское содержание;
- приемами ведения дискуссии и полемики;

- навыками публичной речи и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц (144 часа), экзамен.

5. Основные разделы дисциплины:

Философия, ее предмет и место в культуре

Исторические типы философии.

Философские традиции и современные дискуссии.

Философская онтология.

Теория познания.

Философия и методология науки.

Социальная философия и философия истории.

Философская антропология.

Философские проблемы области профессиональной деятельности.

6. Составитель: Н.В. Рогожин., к.ф.н., доцент

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
Б1.Б.03. Иностранный язык

1. Цели и задачи дисциплины:

Целью обучения иностранному языку является формирование профессиональной и иноязычной компетентности обучающихся неязыковых специальностей. Профессиональная компетентность является интегральной характеристикой личности специалиста, отражающая не только степень овладения знаниями, умениями и навыками в той или иной области профессиональной деятельности, но и личностные качества, отражающие умение эффективно действовать в обществе.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Курс входит как базовая дисциплина в ОПОП ВО.

Целостная система подготовки по иностранному языку на разных этапах обучения предполагает, с одной стороны, автономный характер обучения на каждом этапе, с другой – взаимосвязь всех этапов обучения, при которой достижение целей каждого этапа позволяет пользоваться в той или иной форме иностранным языком и обеспечивает возможность продолжения обучения на следующем этапе.

3. Требования к результатам освоения дисциплины.

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

По окончании курса обучающийся должен:

Знать: фонетические, лексические, грамматические особенности изучаемого иностранного языка

Уметь: читать, переводить, общаться на бытовую тематику

Владеть: системой основных фонетических, лексических, грамматических, словообразовательных явлений и закономерностей функционирования изучаемого иностранного языка, его функциональных разновидностей.

4. Общая трудоемкость дисциплины – 432 часа (12 зачетных единиц), зачет, экзамен.

5. Основные разделы дисциплины:

1.Фонетика иностранного языка: Произношение. Техника чтения. Орфоэпические нормы.

2. Лексика: лексический минимум по темам бытового и культурологического характера. а также связанной с профессиональной деятельностью

3. Грамматика:

Морфология:Структура слова, словообразование, грамматические формы частей речи. Их склонение и спряжение.

Синтаксис: Структурные типы предложения: вопросительное (с вопросительным словом/без вопросительного слова), повествовательное (утвердительное, отрицательное), побудительное; простое, сложносочиненное, сложноподчиненное предложение.

Текст: Особенности текстовой организации. Стратегии переводов текстов.

Разные стилевые особенности текстов.

Основы деловой переписки. Письма. Анкеты.

Чтение литературы по специальности. Виды чтения литературы по специальности.

Говорение. Публичная монологическая и диалогическая речь.

Аннотирование, реферирование. Перевод литературы по специальности. Виды аннотирования, реферирования. Письменный перевод с иностранного языка литературы по специальности.

6. Составитель: д. филол. н., проф. Е.В. Вохрышева

Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.Б. 04 «Безопасность жизнедеятельности»

1. Цели и задачи освоения дисциплины: сформировать представление о неразрывном единстве эффективной профессиональной деятельности и безопасности взаимодействия человека со средой обитания (производственной, бытовой, городской, природной). Основной задачей изучения дисциплины является приобретение теоретические знаний и практических навыков, необходимых для: создания комфортного или допустимого состояния среды обитания в зонах трудовой деятельности и отдыха человека; идентификации негативных воздействий среды обитания естественного и антропогенного происхождения; разработки и реализации мер защиты человека и природной среды от негативных воздействий; проектирования и эксплуатации технических средств, технологических процессов и объектов экономики в соответствии с требованиями по безопасности и экологичности; обеспечения устойчивого функционирования объектов и технических систем в штатных и чрезвычайных ситуациях;

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» относится к базовой части ОПОП ВО (**Б1.Б.04**).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9)

В результате изучения дисциплины обучающимйся должен:

знать:

- теоретические основы безопасности жизнедеятельности в системе «Человек – Среда обитания»;
- правовые, нормативно-технические и организационные основы безопасности жизнедеятельности;
- основы физиологии и рациональные условия трудовой деятельности;
- анатомо-физиологические последствия воздействий на организм человека травмирующих и вредных факторов; идентификацию травмирующих, вредных и поражающих факторов чрезвычайных ситуаций;

- средства и методы повышения безопасности и экологичности технических систем и технологических процессов; методы исследования устойчивости
функционирования объектов экономики и технических систем в чрезвычайных ситуациях;
- методы прогнозирования чрезвычайных ситуаций и разработки моделей их исследования.

уметь:

- проводить контроль и оценку параметров и уровня негативных воздействий на их соответствие нормативным требованиям;
- эффективно применять средства защиты от негативных воздействий; разрабатывать мероприятия по повышению безопасности и экологичности производственной деятельности;
- планировать и осуществлять мероприятия по повышению устойчивости объектов экономики и технических систем;
- осуществлять безопасную и экологичную эксплуатацию объектов экономики и технических систем;
- планировать мероприятия по защите производственного персонала и населения в чрезвычайных ситуациях и при ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций.

владеть:

- приемами применения первичными средствами пожаротушения;
- навыками поведения в различных чрезвычайных ситуациях.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа), зачет.

5. Основные разделы дисциплины:

Гражданская защита в стратегии национальной безопасности РФ. Чрезвычайные ситуации природного и техногенного характера. Радиационная безопасность населения.
Химическая безопасность населения.
Военная безопасность населения (современные средства поражения). Пожаро-, взрыво-, безопасность.
Компьютерная безопасность.
Основные способы и средства защиты населения в чрезвычайных ситуациях. Управление безопасностью жизнедеятельности на объектах экономики.

6. Составитель: Борцов Б.И., старший преподаватель

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
Б1.Б.05. Русский язык и культура речи

1. Цели и задачи освоения дисциплины: развитие языковой и коммуникативной компетенции обучающихсяи формирование у них готовности к эффективной коммуникации в различных сферах профессиональной деятельности.

Задачи: знания структуры национального языка, его функционально-стилевых разновидностях, принципов составления текстов разных стилей, качеств логичности и правильности речи, приемов теории аргументации; умения использовать языковые средства в соответствии с целями и ситуацией общения, логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь, работать с разными типами и источниками информации; владение языковыми нормами, навыками делового общения, приемами кооперации с коллегами, работой в коллективе.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Русский язык и культура речи» относится к базовой части (Б1. Б.05).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих ***общекультурных компетенций (ОК):***

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

нормы произношения и ударения;

особенности грамматического и синтаксического строя языка;

жанровые особенности текстов в связях с общественностью и рекламе, в разных сферах общественной жизни;

Уметь:

строить тексты разных типов и стилей речи;

применять на практике полученные знания по русскому языку и культуре речи.

Владеть:

литературным языком;

понятийно-категориальным аппаратом по дисциплине.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц (72 часа).

5. Основные разделы дисциплины:

Культура речи.

Деловое общение.

Русский язык.

6. Составитель: д.ф.н., проф. А.В. Растягаев

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.Б.06 «Культурология»

1. Цели и задачи учебной дисциплины

Целью курса познакомить обучающихся с категориальным аппаратом данной области знания, дать представление о специфике и закономерностях развития мировой культуры, научить различать мировоззренческие установки различных исторических и национальных культур, понимать, как специфика той или иной культуры будет проявляться ее носителями о отношению к социуму; ознакомить обучающихся со структурой и составом современного культурологического знания, методами культурологических исследований, с представлением о культуре в целом как о стратегической социальной проблеме современности, тесно связанной с проблемой экологической безопасности мирового сообщества (культура и природа, культура и общество, культура и личность, культура и глобальные проблемы современности).

Задачи учебного курса:

- формирование способности понимать специфику различных культур,
- выявлять их исходные мировоззренческие установки и иерархии ценностей,
- влияние последних на развитие общества, сознавать роль мировоззрения в духовной сфере и культуре, в первую очередь в культуре России,
- формулировать собственную мировоззренческую позицию, исходя из поставленных в рамках дисциплины проблем.

2. Место дисциплины в ОПОП ВО.

Программа дисциплины «Культурология» является дисциплиной базовой части ОПОП ВО (Б1.Б.06). Программа курса опирается на знание наук исторического цикла, философского цикла. Изучение данного предмета играет определяющую роль в формировании мировоззрения.

3. Требования к результатам освоения дисциплины.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

− базовые ценности мировой культуры;

– основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук.

уметь:

− оперировать знаниями в профессиональной деятельности;

– ставить цель и выбирать пути её достижения;

–формулировать собственную мировоззренческую позицию, исходя из поставленных в рамках дисциплины проблем.

владеть:

− способностью к обобщению, анализу, восприятию информации;

– культурой мышления.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа), зачет.

5. Основные разделы дисциплины:

Предмет и задачи культурологии. Структура и состав культурологического знания. Методы культурологических исследований. Сущность, структура и функции культуры. Основные понятия культурологии. Проблемы исторической динамики культуры. Типология культуры. Место и роль России в мировой культуре. Культура XX века и глобальные проблемы современности.

6. Составитель: Петрушкина О.С., доцент кафедры истории, международного права и зарубежного регионоведения.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.Б.07. «Психология»

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Цель: формирование фундаментального психологического знания.

Задачи курса:

1. Ввести будущего специалиста в мир психологического знания и социальной практики.
2. Помочь сориентироваться в личном и профессиональном саморазвитии.
3. Закрепить умения и навыки самостоятельной работы с учебной и научно-исследовательской литературой.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Психология» относится к базовой части дисциплинОПОП ВО (Б1.Б.07).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- становление предмета психологической науки;
- место психологии в системе наук;
- роль психологии в современном обществе;

- задачи, методы и отрасли современной психологии;
- этапы развитие психики;
- основные психические процессы;
- определения: «индивид», «личность», «индивидуальность», «сознание и бессознательное»;
- темперамент и характер, их место в структуре индивидуальных свойств личности.
- природу человеческих способностей.

Уметь:

- использовать знания, полученные при изучении дисциплины на практике;
- использовать тезаурус психологической науки.

Владеть:

- основными понятиями дисциплины;
- приемами работы со специальной литературой, информационной поисковой работы и приемами критического анализа научной информации.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц (72 часа), зачет.

5. Основные разделы дисциплины:

Раздел 1. История психологии.

Раздел 2. Общая психология.

Раздел 3. Психология личности.

Раздел 4. Социальная психология.

6. Составитель: Добровидова Н.А., кандидат психологических наук, старший преподаватель

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.Б.08. «Социология»

1. Цели и задачи освоения дисциплины: научить понимать социальные процессы, явления и отношения, изучить механизмы формирования, функционирования и взаимодействия социальных групп, личности и социальных групп, личности и общества.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Социология» относится к базовой части дисциплин ОПОП ВО (Б1.Б.08.).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- основные этапы развития социологической мысли и современные направления социологической теории;
- основные этапы культурно-исторического развития обществ, механизмов и форм социальных изменений;

– понятия личности, социализации, социального контроля, социального института, социальной мобильности, социальной структуры, социальной стратификации и ряда других социологических категорий;

– культурно-исторические типы социального неравенства и стратификации; типы и формы социальной мобильности;

уметь: связывать социологические знания с общественной практикой;

владеть: навыками социологического анализа, описания и сравнения социальных явлений, анализа социальных и культурных тенденций, тенденций в сфере науки и т.п.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц (72 часа), зачет.

5. Основные разделы дисциплины:

Социология как наука.

Становление и развитие социологической науки.

Методология, методика и техника социологического исследования.

Общество как целостная система.

Социальные общности.

Социальная структура общества, социальная стратификация.

Социальные институты и организации.

Личность как субъект и объект социального развития.

Культура в общественной системе.

Социальные изменения в обществе

6. Составитель: к.ф.н., доцент Хохлов А.С.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.Б.09. «Экономика»

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

приобретение обучающимися комплексных знаний об экономике как системе хозяйствования, о состоянии и тенденциях экономического развития страны и мира, закономерностях и противоречиях эволюции экономических отношений.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

дисциплина «Экономика» относится к базовой части ОПОП ВО.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

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

По завершении освоения дисциплины *обучающийся* должен

Знать:

- основные положения и методы экономической науки;
- основные особенности ведущих школ и направлений экономической науки;
- потребности и ресурсы общества;
- формы и типы общественного хозяйства;
- структуру и инфраструктуру рынка;
- механизм функционирования рынка;
- теории потребительского поведения; типы рынка с различной конкурентной средой;
- сущность предприятия как основного хозяйствующего субъекта;

- теории фирмы, методах оптимизации ее деятельности на различных типах рынков; рынка
- факторы производства (труд, капитал, природных ресурсов) и особенностях их функционирования; внешних эффектах и общественных благах;
- основные особенности российской экономики, ее институциональную структуру, направления экономической политики государства.

Уметь:

- использовать экономические знания для осознания соцальной значимости своей будущей профессии и эффективного осуществления профессиональной педагогической деятельности;
- структурировать изучаемый материал и методически оформлять его;
- анализировать социально-значимые проблемы и процессы, происходящие в обществе, и прогнозировать возможное их развитие в будущем на макроуровне, применяя экономическую терминологию, лексику и основные экономические категории; выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций.

Владеть:

- основными методами и положениями экономической науки для решения профессиональных задач.
- на основе стандартных теоретических моделей прогнозировать поведение экономи-ческих агентов, развитие экономических процессов и явлений и составлять информационные обзоры и/или аналитические отчеты.

5. Основные разделы дисциплины:

Экономика и ее роль в обществе. Предмет и методология экономики как науки. Собственность. Типы организации хозяйства. Деньги и денежное обращение. Рынок и законы его функционирования. Виды взаимодействия субъектов рынка: конкуренция и монополия; Предпринимательство и воспроизводство индивидуального капитала. Заработная плата. Прибыль. Доходы от собственности. Экономика публичного сектора. Национальное хозяйство, его показатели и понятие экономического роста. Государство и рыночный механизм в макроэкономическом регулировании. Рыночные преобразования в России: теория и практика. Проблемы противодействия теневой экономике и криминализации экономических отношений.

Общая трудоемкость компонента ОПОП ВО

Общая трудоемкость – 144 часа (4 зачетных единицы), экзамен

Кафедра, за которой закреплен компонент ОПОП ВО: кафедра Менеджмента и прикладной экономики

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.Б.10. «Математика и статистика»

1. Цели и задачи освоения дисциплины: формирование личности обучающегося, развитие его интеллекта и способностей, обучение основным математическим понятиям и методам линейной алгебры и аналитической геометрии, теории вероятностей и математической статистики, необходимым для анализа и моделирования процессов и явлений при поиске оптимальных решений практических задач, методам обработки и анализа результатов экспериментов.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Математика и статистика» относится к базовой части ОПОП ВО(Б1.Б.10)

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные понятия и инструменты линейной алгебры и аналитической геометрии, теории вероятностей и математической статистики.

Уметь:

- осуществлять операции над матрицами и решать системы линейных уравнений;
- применять понятия и теоремы комбинаторики для решения задач;
- упорядочивать, ранжировать и группировать числовые данные эксперимента, вычислять меры корреляционных зависимостей;
- вычислять статистические характеристики конкретных выборок и проводить различные виды оценок этих параметров: точечную и интервальную;
- сравнивать параметры двух и более выборок с помощью критериев согласия.

Владеть:

- навыками матричного исчисления и решения систем линейных уравнений;
- приемами изображения событий и результатов операций над ними с помощью диаграмм Венна-Эйлера;
- приемами адекватного выбора модели для вычисления вероятности события из базы основных моделей теории вероятностей;
- устойчивыми навыками построения гистограмм и полигонов;
- основными навыками самостоятельного приобретения новых знаний.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц (144 часа), экзамен.

5. Основные разделы дисциплины:

Элементы линейной алгебры и аналитической геометрии.

Элементы комбинаторики.

Элементы теории вероятностей.

Элементы математической статистики.

6. Составитель: кандидат ф-м. наук, доцент кафедры высшей математики и информатики Богданов С.Н. СФ ГБОУ ВПО МГПУ

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.Б.11 «Компьютерные технологии и информатика»

1. Цели и задачи освоения дисциплины: формирование и овладение новыми знаниями, а также расширение теоретической базы по курсу, в котором представлены основные вопросы науки информатики и компьютерных технологий.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Компьютерные технологии и информатика» относится к базовой части ОПОП ВО (Б1.Б.11).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-

коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- основные понятия науки информатики;

-основные понятия компьютерных технологий;

уметь:

-использовать возможности вычислительной техники и программного обеспечения в профессиональной деятельности;

-использовать ресурсы Интернет

владеть:

-навыками работы в компьютерной сети.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 часов), дифференцированный зачет.

5. Основные разделы дисциплины:

Информатика как наука. Теоретические основы информатики и информационных технологий. Персональный компьютер (ПК). Программное обеспечение ПК.

Компьютерные технологии и их основные составляющие.

Компьютерное и программное обеспечение PR-деятельности. Прикладные аспекты использования ПК в области PR. Глобальная сеть Интернет.

6. Составитель: СФ ГАОУ ВО МГПУ, старший преподаватель кафедры высшей математики и информатики Ключникова О.В.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.Б.12. «Компьютерные технологии в связях с общественностью»

1. Цели и задачи освоения дисциплины: формирование и овладение новыми знаниями, а также расширение теоретической и практической базы по курсу, в котором представлены основные вопросы использования информационных технологий в рекламе и связях с общественностью.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Компьютерные технологии в связях с общественностью» относится к базовой части ОПОП ВО (Б1.Б.12).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- основные понятия, методы и приёмы информатики и компьютерных технологий;
- особенности развития новых информационных технологий;
- особенности применения информационных технологий в PR деятельности;

уметь:

- использовать в профессиональной деятельности возможности вычислительной техники и программного обеспечения;
- использовать ресурсы Интернет и баз данных;
- владеть средствами компьютерной графики и использовать её в презентациях проектов;

владеть:

- методами и приемами компьютерных технологий, применяемыми в профессиональной деятельности;
- основными методами работы со специализированными программными средствами

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц (144 часа), экзамен.

5. Основные разделы дисциплины:

Программное обеспечение PR
Исследование в сфере PR через Интернет
Специализированное ПО, Программы-консультанты

6. Составитель: СФ ГАОУ ВО МГПУ, старший преподаватель кафедры высшей математики и информатики Ключникова О.В.

Б1. Б.13. МОДУЛЬ 1. КОММУНИКОЛОГИЯ
АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.Б.13.01 «Основы теории коммуникаций»

1. ***Цель освоения дисциплины:*** изучение основных понятий теории коммуникации

Задачи:

- формирование представлений о видах и уровнях коммуникации, навыков анализа коммуникативных ситуаций;
- формирование коммуникативной культуры, в том числе навыков эффективного владения невербальными средствами общения;
- формирование потребности в повышении общей гуманитарной культуры.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Основы теории коммуникаций» является дисциплиной Модуля 1 Коммуникология базовой части ОПОП ВО (*Б1.Б.13.01*).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

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

По завершении освоения дисциплины *обучающийся* должен:

знать:

- основные понятия коммуникации, ее виды, уровни и сферы;

уметь:

- применять полученные знания в различных коммуникативных ситуациях;
- устанавливать контакт с собеседником;

- преодолевать барьеры коммуникации;

владеть:

- коммуникативной культурой;
- невербальными средствами общения.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часа).

5. Основные разделы дисциплины:

1.Теория коммуникации в системе наук. Предмет и задачи курса
2.Основные этапы развития теории коммуникации
3.Эволюция социальной коммуникации
4.Процесс коммуникации
5.Обеспечение информационного обмена в коммуникации
6.Представление о коммуникации как о процессе и структуре
7.Содержание, средства и язык коммуникации
8.Теория речевых актов
9.Коммуникативная ситуация
10.Коммуникативное поведение
11.Коммуникатор. Коммуникативная личность
12.Аудитория коммуникации
13.Уровни коммуникации
14.Коммуникация в малых группах. Массовая коммуникация
15.Виды профессионально ориентированной коммуникации
16.Психологические основы коммуникации
17.Межкультурная коммуникация
18.Лингвокультурологические аспекты межкультурной коммуникации

6. Составитель: СФ ГАОУ ВО МГПУ д.филол.н., проф. А.В. Растягаев

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.Б.13.02 «Психология массовых коммуникаций»

1. **Цели и задачи освоения дисциплины:**

Целью изучения данной дисциплины является ознакомление обучающихся с современными социально-психологическими исследованиями наиболее актуальных вопросов в области массовой коммуникации.

Задачами дисциплины являются:

1. Познакомить с основными теоретическими положениями теории и практики психологии массовой коммуникации.
2. Сформировать у обучающихся теоретическую компетентность в понимании и объяснении социально-психологических феноменов СМИ: информационные потоки, механизмы информационной манипуляции массовым сознанием.
3. Изучить теорию и практику психологической безопасности массовой коммуникации в деятельности социальных систем различного уровня.
4. Обучить основам решения задач, стоящих перед специалистом по психологии безопасности.
5. Сформировать у обучающихся навыки психологического исследования феноменов массовой коммуникации.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Психология массовой коммуникации» относится к базовой части ОПОП ВО (**Б1.Б.13.02**).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6).
- умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- концепции и подходы в психологии массовой коммуникации;
- разновидности целевых групп и способы воздействия на них;
- терминологию сферы психологии массовой коммуникации;
- формы и методы нестандартного продвижения товара или услуги;
- особенности протекания массовой коммуникации;
- место психологии массовой коммуникации не только в России. Но и за рубежом.

Уметь:

- эффективно пользоваться методами психологии массовой коммуникации при продвижении товара или услуги;
- доносить нужную информацию через цепь массовой коммуникации;
- создать привлекательный имидж для товара или услуги при реализации его на рынок.

Владеть:

-терминологией сферы психология массовой коммуникации;
- инструментами воздействия на массовое сознание;
- информацией о каналах коммуникации (плюсы и минусы);
- спецификой психологии процесса коммуникации;
- формулой эффективности массовой коммуникации.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц (144 часа), экзамен.

5. Основные разделы дисциплины:

1. Массовая коммуникация: психологический и социально-психологический аспекты изучения. Основные направления исследований массовой коммуникации.
2. Методология и методы психологических исследований массовой коммуникации.
3. Подходы к пониманию структуры массовой коммуникации. Теоретические модели коммуникационного процесса.
4. Теории массовой коммуникации.
5. Структура личности как база восприятия информации**.**
6. Особенности протекания психических процессов в массовой коммуникации.
7. Психология пропаганды.
8. Психология рекламного воздействия.
9. Психология слухов.
10. Психология моды.
11. Психология творчества.

6. Составитель: Добровидова Н.А., кандидат психологических наук

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.Б.13.03. «Теория и практика массовой информации»

1. Цель освоения дисциплины: Цель изучения данной дисциплины – помочь обучающимся сориентироваться в достаточно плотном, пестром и неустойчивом современном информационном пространстве, научить их учитывать аудиторные потребности и психологию восприятия информации той или иной группой читателей.

Задачи дисциплины:

– изучение типологии средств массовой информации,

– рассмотрение этических основ рекламы и связей с общественностью;

– овладение методикой составления статей для различных СМИ;

- формирование практических навыков взаимодействия со СМИ, навыков работы с рекламными и PR-текстами.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Теория и практика массовой информации» относится к базовой части ОПОП ВО (**Б1.Б.13.03.**).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Компетенции выпускника ОПОП ВО бакалавриата, формируемые в результате освоения данной дисциплины:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- основные теоретические вопросы типологии средств массовой информации;
- этические основы рекламы и связей с общественностью;
- методику составления статей для различных СМИ;

уметь:

-составлять статьи для различных СМИ;

владеть:

- базовыми практическими навыками взаимодействия со СМИ;
- навыками работы с рекламными и PR-текстами.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 7зачетных единиц (252 часа).

5. Основные разделы дисциплины:

1. Типология СМИ и тенденции трансформации системы средств массовой информации
2. Основы журналистского творчества
3. Жанры журналистики
4. Организация работы редакции

6. Составитель: к.филол.н., доцент А.Н. Анисимова

Б.1. Б.14 МОДУЛЬ 2. ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.Б.14.01. «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)»

Целью курса является формирование у обучающихся представления о сущности интегрированных коммуникаций, о необходимости принятия оптимальных решений в области коммуникационных процессов, а также выработать умение анализировать, планировать и контролировать коммуникационную деятельность.

Основными **задачами** являются:

- получение комплекса знаний о месте маркетинговых коммуникаций в информационной индустрии и коммуникационном пространстве современного общества;

- достижение понимания *обучающимися*, как происходит управление коммуникационным процессом;

- формирование у *обучающихся* взгляда на коммуникационный менеджмент как на важнейший фактор эффективности интегрированных коммуникаций на современном этапе их развития;

- формирование представления о коммуникационном процессе;
- рассмотрение отдельных средств массовых коммуникаций, специфики их функций и воздействия на аудиторию;
- изучение зависимостей между деятельностью средств массовой информации и коммуникационной деятельностью в современном мире;
- формирование понимания механизмов интеграции коммуникационных средств друг с другом;
- показать взаимодействия рекламы и связей с общественностью с другими коммуникационными средствами.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)» является дисциплиной базовой части ОПОП ВО (Б1.Б.14.01).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);

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

В результате изучения дисциплины *обучающийся* должен:

знать:

- виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде;
- правовые и этические основы рекламы и связей с общественностью;
- принципы организации работы отделов интегрированных коммуникаций;
- основы правового регулирования и саморегулирования рекламно-коммуникационной деятельности

уметь:

- выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ;

владеть:

- традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности;
- способностью проведения ситуационного анализа;
- механизмами ведения переговоров;
- основными технологиями работы с рекламными текстами;
- подходами к использованию методов коммуникации.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 часов).

5. Основные разделы дисциплины:

Комплекс маркетинговых коммуникаций.

Реклама в системе интегрированных коммуникаций.

Связи с общественностью в системе интегрированных коммуникаций.

Оценка эффективности интегрированных маркетинговых коммуникационных стратегий.

6. Составитель: д.ф.н., проф. А.В.Растягаев

Б.1. Б.15 МОДУЛЬ 3. МЕНЕДЖМЕНТ
АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.Б.15.01 «Основы менеджмента»

1. Цель освоения дисциплины: формирование понимания у обучающихся единых теоретико-методологических основ менеджмента, его объекта, предмета, сущности, содержания; понимание его современной концепции; формирование целостного представления о менеджменте как науке, практике и искусстве управления; адаптация ключевых проблем менеджмента к потребностям и задачам управления социально-экономическими системами.

Задачи:

- изучить теоретические основы современного менеджмента в соответствии с его основными функциональными направлениями;
- изучить организационные, экономические и социально-психологические методы управления в организации;
- освоить информационные основы менеджмента;
- изучить экономические основы менеджмента;
- изучить корпоративные основы управления;
- изучить организационные основы менеджмента;
- определить основные направления совершенствования менеджмента организации.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина изучается в базовой части ОПОП ВО- **Б1.Б.15.01**.

3. **Требования к результатам освоения дисциплины**:

- способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);
- владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);
- владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные этапы развития менеджмента как науки и практики, его законы, принципы и виды;
- закономерности функционирования и развития организации;
- роли, функции и задачи менеджера в современной организации;
- основные подходы к постановки целей, виды и методы организационного планирования;
- типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования;
- основные виды и процедуры внутриорганизационного контроля;
- виды управленческих решений и методы их принятия;
- основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами;
- принципы информационного обеспечения управленческой деятельности;
- экономическую основу менеджмента;
- организационную основу менеджмента, организационное поведение;
- современные направления развития менеджмента.

Уметь:

- ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией функций менеджмента;
- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;
- использовать законы и принципы теории менеджмента при создании и функционировании организационных систем;
- анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию;
- формировать продуктивные коммуникации в организации;
- организовывать групповую работу и командное взаимодействие для решения управленческих задач;
- использовать теории трудовой мотивации в практической деятельности;
- анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности;
- разрабатывать программы осуществления организационных изменений и оценивать их эффективность.

Владеть:

- методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль);
- современными технологиями влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации;
- методами распределения полномочий и ответственности на основе их делегирования;
- специальной терминологией и лексикой данной дисциплины.

4. Общая трудоемкость дисциплинысоставляет – 216 часов (6 ЗЕТ), Экзамен

Кафедра менеджмента и прикладной экономики

5. Основные разделы дисциплины:

1. Развитие теории и практики менеджмента
2. Организация как система управления
3. Теоретические основы менеджмента
4. Природа и состав функций менеджмента
5. Организационные структуры управления и принципы их проектирования
6. Стратегическое управление организацией
7. Управление персоналом как один из механизмов современного менеджмента
8. Власть и влияние в организации
9. Решения в менеджменте
10. Самоменеджмент
11. Управление конфликтами, стрессами и изменениями.
12. Социофакторы и этика менеджмента.
13. Интеграционные процессы в менеджменте
14. Эффективность в менеджменте

5. Составитель СФ ГАОУ ВО МГПУ к.э.н. доцент кафедры прикладной экономики и менеджмента А.В.Волкодаева

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.Б.15.02 «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью»

1. **Цель освоения дисциплины:** подготовка специалиста, владеющего основополагающими знаниями в области задач, предъявляемых рынком к современным отделам по связям с общественностью и рекламным отделам.

Задачи:

– овладение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и связей с общественностью;

– овладение навыками устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения в отделах между сотрудниками.

2. **Место дисциплины в структуре ОПОП ВО**:

Дисциплина «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» является дисциплиной базовой части ОПОП ВО (Б1.Б.15.02).

3. **Требования к результатам освоения дисциплины**:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

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

- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественность (ОПК-2);
- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- специфику работы отделов рекламы и связей с общественностью;
- функциональные схемы построения отделов;
- психологию межличностных отношений в трудовом коллективе отделов;
- способы мотивационного воздействия на сотрудников отделов;

уметь:

- выявлять проблемные ситуации в организации работы отделов;
- составлять план работы отделов, оценивать их эффективность, осуществлять планирование основных направлений работы с использованием компьютерной базы данных;
- выявлять новые сферы деятельности отделов;
- разрабатывать стратегические планы работы отделов;
- распределять обязанности каждого участника проекта и осуществлять полноценный контроль;

владеть:

- навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;
- навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации;
- навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;
- навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов;
- навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы (144 часа), экзамен.

5. Основные разделы дисциплины:

1. Теоретико-методические аспекты организации работы отдела рекламы и связей с общественностью.
2. Планирование и бюджетирование деятельности отдела рекламы и связей с общественностью.
3. Задачи и принципы функционирования основных подразделений отдела рекламы и связей с общественностью.
4. Практические особенности функционирования отделов рекламы и связей с общественностью в современных организациях.

6. Составитель: Князев Д.В., к. соц.н., доцент кафедры филологии и массовых коммуникаций СФ ГАОУ ВО МГПУ

Б.1. Б.16 МОДУЛЬ 4. МАРКЕТИНГ

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.Б.16.01 «Основы маркетинга»

1. Цель освоения дисциплины: показать роль маркетинга в современном экономическом развитии и управлении деятельностью предприятия. Изучить основной понятийный аппарат дисциплины «Основы маркетинга» и получить навыки его использования для принятия управленческих решений в системе менеджмента организации.

Задачи:

- изучение принципов и функций маркетинга с учетом внешней и внутренней среды;
- изучение элементов комплекса маркетинга и управление ими;
- получение навыков в разработке стратегии и тактики целевого маркетинга.

Место компонента образовательной программы в структуре основной образовательной программы:

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Курс «Основы маркетинга» базируется на знаниях основ экономики, статистики, психологии, социологии, менеджмента. Дисциплина изучается в базовой части ОПОП ВО - **Б.1.Б.16.01**

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

- Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- способность проводить маркетинговых исследований (ПК-9);

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- принципы организации маркетинговой деятельности;
- нормативные акты, регламентирующие процессы маркетинговой деятельности;
- характеристику элементов комплекса маркетинга: товарную, ценовую политику, распределение, систему маркетинговых коммуникаций.

Уметь:

- оценивать рыночную ситуацию;
- оценивать конкурентоспособность предприятия;
- проводить маркетинговые исследования и вырабатывать управленческие решения;
- разрабатывать маркетинговый план.

Владеть:

- организационно-управленческими способностями;
- навыками делового общения в маркетинговой деятельности;
- аналитическими методами оценки экономической ситуации.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 144 часов (4 ЗЕТ), Экзамен

Кафедра, за которой закреплен компонент образовательной программы

Кафедра менеджмента и прикладной экономики

5. Основные разделы дисциплины:

Роль маркетинга в экономическом развитии
Маркетинговая среда фирмы
Маркетинговая информационная система
Покупательское поведение потребителей
Сегментация рынка
Формирование товарной политики
Разработка ценовой политики фирмы
Распределение и товародвижение
Продвижение товаров
Организация деятельности маркетинговых служб

6. Составитель: СФ ГАОУ ВО МГПУ к.э.н., доцент кафедры прикладной экономики и менеджмента В.Н.Калышенко

АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.Б.17 «Конфликтология»

1. Цели и задачи освоения дисциплины: формирование знаний в области конфликтологии как науки, понимании источников, динамики, факторов конфликтных ситуаций, систематизацию методов и способов управления и предупреждения конфликтов и конфликтных ситуаций; формирование целостного представления о конфликте как социально-политическом феномене\; познакомить *обучающихся* с правилами поведения в конфликтах; сформировать первичные умения осуществлять профилактику конфликтов; сформировать навыки диагностики конфликтов и конфликтных ситуаций.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Конфликтология» относится к базовой части ОПОП ВО (**Б1.Б.17**).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6)

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- основные положения теории конфликта;
- основные положения исторических и современных теорий конфликта;
- природу конфликта как специальной характеристики социального взаимодействия;
- особенности развития конфликта;
- содержание типичных конфликтных ситуаций;
- специфику развития и разрешения конфликтов;

уметь:

- определять его причины и предпосылки конфликтной ситуации;
- активно использовать полученные знания в практической деятельности;

владеть:

- навыками анализа и толкования действий контрагентов с позиций теорий конфликта;

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 часов), экзамен.

5. Основные разделы дисциплины:

Теоретические и методологические основы конфликтологии. Характеристика, определение, функции и классификация конфликтов. Источники, причины и факторы конфликтов.

Структура и динамика конфликтной ситуации.

Методы предупреждения и урегулирования конфликтов.

Стратегия и способы преодоления и разрешения конфликтов.

Социальное партнерство и ответственность в конфликтной ситуации. Организация управления конфликтными ситуациями.

Нормативное регулирование конфликтов.

6. Составитель: Хохлов А.С., к.ф.н., доцент

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.Б.18. «Нарратология»

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Цель преподавания дисциплины - ознакомить обучающихся с базовыми понятиями нарратологии, с современными концепциями нарративной рекламы, ее признаками, категориями и типами.

Задачами преподавания дисциплины являются:

- изучение базовых понятий современной теории текста;
- освоение методов анализа текста с позиций его признаков и критериев, структуры и типологии;
- ознакомление с современными подходами к тексту в копирайтинге;
- формирование навыков выделения жанровой модели текста в рекламе;
- выработка навыков продуцирования копирайтерского текста определенной жанровой разновидности

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Нарратология» относится к базовой части ОПОП ВО (Б1.Б.18.).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- базовые понятия современной теории текста;
- современные подходы к речи/тексту в копирайтинге;
- технологии создания копирайтерского продукта;

уметь:

- анализировать тексты с позиций его признаков и критериев, структуры и типологии;
- продуцировать PR-тексты различных жанровых разновидностей для достижения профессиональных целей и задач посредством копирайтинга;

владеть:

-навыками анализа и трансформации текста;

- навыками выделения жанровой модели копирайтерского текста в рекламе и СО;

- навыками продуцирования копирайтерского текста определенной жанровой разновидности.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 часа).

5. Основные разделы дисциплины:

Нарратология как наука
Коммуникативная структура нарратива
Проблема сегментации нарратива
Функции и типы повествователя
Теории «точки зрения», «перспективы» и «фокализации»
Модель точки зрения
«Фабула» и «сюжет» в русском формализме
«История» и «дискурс» во французском структурализме
Трехуровневые модели наррации
Четыре нарративных уровня: порождающая модель
Место точки зрения в четырехуровневой модели наррации
Знак и смысл в рекламе
Классификация стилей рекламных текстов и различных подходов, используемых при их создании
Структурирование рекламных текстов
Особенности восприятия рекламных текстов

6. Составитель: д.ф.н., проф. А.В.Растягаев

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.Б.19 «Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность»

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Цель - формирование у обучающихся теоретических знаний о структуре мировой экономики, тенденциях ее развития и практических навыков анализа новых явлений в мирохозяйственных связях в условиях глобализации мирового хозяйства.

Задачи:

- формирование системы знаний о современном мировом хозяйстве, о формах международных экономических отношений;
- выработка системного подхода к анализу направлений развития мирового хозяйства и современных международных экономических отношений;
- применение знаний экономической теории в масштабе мировой экономики, которая представляет собой сложную, подвижную систему, находящуюся в постоянном изменении;
- формирование умения анализа и обобщения обширного статистического материала;
- определение тенденций экономического развития;
- выделение специфических черт мирового хозяйства и его механизма;
- умение аргументировать собственное понимание решения поставленных проблем и таким образом развивать глубокое и разностороннее экономическое мышление.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина относится к базовойчасти ОПОП ВО(**Б.1.Б.19**).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);

В результате изучения дисциплиныобучающийся должен:

Знать:

-определение мировой экономики, ее структуру и субъекты;

-основные современные теории эффективности внешнеэкономическойдеятельности;

-стратегии конкурентоспособности на мировом рынке;

-инструменты внешнеторговой политики;

-каналы, формы, причины миграции факторов производства;

-модели международной интеграции;

-закономерности функционирования валютного рынка;

Уметь:

-осуществлять анализ ситуации на мировом рынке в контексте определениястратегии развития организации;

Владеть:

-терминологией дисциплины;

-инструментами анализа инвестиционной привлекательности активов;

-инструментами анализа эффективности внешнеэкономической деятельности намакро- и микроэкономическом уровнях.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 часов), экзамен.

5. Основные разделы дисциплины:

Мировое хозяйство как целостная система.

Основные тенденции мирового экономического развития во второй половине XX столетия.

Ресурсы мирового хозяйства.

Место и роль России на мировом рынке.

6. Составитель: Смолькова А.Ю.., к.э.н., ст. преп. кафедры прикладной экономики и менеджмента СФ ГАОУ ВО МГПУ

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.Б.20 «Стилистика и литературное редактирование»

1. Цели и задачи освоения дисциплины: формирование умения целесообразного использования языковых единиц и выразительных средств языка в зависимости от содержания, темы, типа речи и функционально стилевой принадлежности текста; формирование навыков усовершенствования текста, практического устранения имеющихся в нем речевых, стилистических недостатков; знакомство обучающихся с основами литературной правки текста; формирование представления о нормативном использовании языковых средств и устранении ошибок разных типов (речевых, стилистических) в письменной речи.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Стилистика и литературное редактирование» дисциплиной базовой части ОПОП ВО (**Б1.Б.20**).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих ***компетенций:***

- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с

общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- основные категории лингвостилистики и литературного редактирования;
- языковые особенности функциональных стилей речи;
- типы ошибок письменного текста;
- основы правки текста;

уметь:

- видеть текст в комплексе его стилистических составляющих и критически оценивать его с точки зрения стилистической нормы;
- уметь пользоваться функционально-стилевыми разновидностями языка в соответствии с той или иной речевой задачей:

владеть:

- навыками профессионального литературного редактирован

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц (252 часа).

5. Основные разделы дисциплины:

Практическая стилистика как прикладная лингвистическая дисциплина.

Функциональные стили современного русского языка.

Особенности устной публичной речи; язык и стиль массовой коммуникации.

Стилистические ресурсы лексики и фразеологии, морфологии и синтаксиса.

Лексическая стилистика. Работа редактора над лексикой рукописи.

Грамматическая стилистика. Редакторская оценка использования форм частей речи.

Грамматическая стилистика. Работа редактора над синтаксическими конструкциями.

Критерии редакторской оценки стилевой и эстетической сторон рукописи.

Методика редакторского анализа и правки текста.

Тропы и стилистические фигуры.

Редактирование в процессе коммуникации.

Текст как объект работы редактора.

Работа редактора с логической основой текста.

Работа редактора с фактической основой текста.

Психологические предпосылки редактирования, его коммуникативные и логические аспекты.

Работа редактора над композицией рукописи.

6. Составитель: СФ ГАОУ ВО МГПУ д.филол.н., проф. А.В. Растягаев

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫДИСЦИПЛИНЫ
Б1.Б.21 «Теория и практика связей с общественностью»

1. Цель освоения дисциплины: овладение комплексом знаний и функций специалиста по связям с общественностью, надлежащими представлениями о данной профессии и ее роли в современном обществе.

Задачи дисциплины:

- научить осуществлять управление информацией в интересах формирования общественного мнения целевых групп общественности как во внутренней, так и внешней среде организации;
- научить определять PR-стратегию развития организации;
- научить применять инструментарий и технологии связей с общественности при решении конкретных задач по информационно-коммуникативному сопровождению менеджмента организации;

- научить строить информационную политику организации в условиях кризисных ситуаций.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Теория и практика связей с общественностью» относится к базовой части ОПОП ВО (**Б1.Б.21**).

3. Требования к результатам освоениядисциплины:

Компетенции выпускника ОПОП ВО бакалавриата, формируемые в результате освоения даннойдисциплины:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- содержание основных понятий и терминов изучаемой дисциплины;
- структуру и основное содержание корпоративной культуры,
- содержание и функции корпоративного кодекса;
- содержание интегрированных маркетинговых коммуникаций и место в них связей с общественностью;
- основы взаимодействия связей с общественностью со средствами массовой коммуникации;
- цели, задачи, функции связей с общественностью в различных типах организаций;
- основы защиты имиджа и репутации организации от информационных угроз и опасностей (в аспекте информационной безопасности субъекта в пределах своей компетенции).

уметь:

- осуществлять управление информацией в интересах формирования общественного мнения целевых групп общественности как во внутренней, так и внешней среде организации;
- определять PR-стратегию развития организации;
- применять инструментарий и технологии связей с общественности при решении конкретных задач по информационно-коммуникативному сопровождению менеджмента организации;
- строить информационную политику организации в условиях кризисных ситуаций.

владеть:

- категориально-понятийным аппаратом в сфере связей с общественностью;
- навыками организации системы сбора информации для планирования PR-деятельности предприятий;
- методиками оценок эффективности PR-кампаний.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единицы (252 часа).

5. Основные разделы дисциплины:

1. История возникновения и становления PR, история PR в СССР и в России.
2. Характер и содержание PR.
3. Включение PR в различные сферы жизни общества.
4. СМИ как основной канал воздействия PR-технологий.
5. Способы создания и усиления новостной информации, формы подачи информационно-новостных материалов.
6. Особенности PR- текстов и общие требования к их подготовке.
7. Изучение общественного мнения.
8. Избирательная кампания, тактика ведения избирательной кампании, политическая реклама в избирательной кампании.
9. Специфика связей с общественностью в некоммерческом секторе.

6. Составитель – Растягаев А.В. , д-р филол. н., проф. кафедры филологии и массовых коммуникаций СФ ГАОУ ВО МГПУ

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.Б.22 «Практический курс иностранного языка»

1. Цели и задачи дисциплины:

Интегральная цель: обучение практическому владению языком для активного применения иностранного языка в сфере профессиональной коммуникации, а также специальные цели:

- развитие навыков устной речи, способности понимания речи на слух и закрепление грамматических навыков;
- овладение речевыми образцами, содержащими новые лексические и грамматические явления;
- углубленное изучение отдельных аспектов языка в предусмотренное учебным планом время;
- правильное с точки зрения лексических и грамматических структур изложение в диалогическом и монологическом общении свои мысли на бытовые темы с использованием необходимых стилистических и эмоционально-модальных средств языка;
- выработка у обучающихся навыков письменного и устного перевода литературно-художественных текстов и текстов на бытовые и профессиональные темы как с английского на русский, так и с русского на английский язык;
- освоение речевых и культурных стереотипов, образцов культурного речевого поведения в определенных коммуникативных ситуациях.

Задачами являются:

- дальнейшая тренировка и коррекция навыков произношения;
- дальнейшее развитие навыков письменной речи;
- развитие навыков следующих видов чтения: направленное на понимание основного содержания текста; имеющее целью максимально точное и адекватное понимание текста с установкой на наблюдение за языковыми явлениями; беглое чтение с целью определения круга рассматриваемых в тексте вопросов и основных положений автора; чтение, направленное на быстрое нахождение определенной информации;
- дальнейшее расширение словарного запаса обучающихся и интенсивная активизация лексических единиц, накопленных на первом году обучения;
- дальнейшее развитие подготовленной, а также неподготовленной монологической речи;
- развитие дискуссионных навыков и умений;
- развитие коммуникативных навыков;
- формирование лингвокультурной компетентности.

2.Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина относится к базовой части ОПОП ВО (**Б1.Б.21**).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- основной лексический материал, распределенный по темам общественно-политического и бытового характера;
- основные параметры и особенности построения монологической и диалогической речи;
- правила орфографического, лексического, грамматического и стилистического оформления письменной речи;
- базовые приемы письменного и устного перевода как с английского языка на русский, так и с русского на английский;
- интонационно-произносительные особенности английского языка, в соответствии с требованиями нормативной фонетики;
- базовый грамматический материал: видо-временные формы глагола, способы выражения грамматических категорий существительного, прилагательного, наречия, особенности использования артикля и т.д.

уметь:

- в соответствии с лексическим и грамматическим материалом по предусмотренным программой темам составлять монологическое высказывание;
- поддержать беседу в рамках предусмотренных программой тем, правильно используя соответствующий лексико-грамматический материал;
- передать содержание прочитанного и прослушанного текста с учетом коммуникативной сферы и коммуникативной ситуации;
- находить информацию в процессе изучающего чтения на материале учебных текстов и художественной литературы;
- правильно графически и орфографически оформлять письменную речь;
- написать изложение на любую из пройденных тем.

Владеть:

-навыками и умениями говорения, аудирования, чтения и письма на бытовые и профессиональные темы.

4. Общая трудоемкость дисциплины –216 часов (6 зет), зачет, экзамен.

5. Основные разделы дисциплины:

Содержание дисциплины «Иностранный язык» включает три основных компонента, находящихся в тесной взаимосвязи, обусловленной интегративностью коммуникативной компетенции:

1) *лингвистический материал**:*** фонетико-орфографический материал; грамматический материал; лексический материал;
2) *сферы общения и тематика:*

1) социально-бытовая сфера:

1. моя визитная карточка (биография, семья; взаимоотношения в семье; семейные обязанности; семейные традиции; уклад жизни);
2. я и мой окружающий мир (место жительства; устройство городской квартиры/загородного дома);
3.ситуации повседневной жизни;
4. обучение будущего специалиста;

2) социально-культурная сфера:

5. досуг и развлечения (свободное время, увлечения; хобби, мои предпочтения в спорте и развлечениях);
6. история, достопримечательности, ориентация в городе;

3) учебно-профессиональная сфера:

7. страны, столицы мира (города и страны, история, традиции и обычаи);

8. туризм и путешествия (типы путешествий; активный и пассивный отдых и туризм);
9. экономические, социальные и политические особенности региона специализации
10. Искусство и культура региона
11. Менталитет народов региона специализации

*3) социокультурные знания (*социокультурный портрет страны изучаемого языка)

6. Составитель: Чуйкова Э. С., кандидат педагогических наук, доцент кафедры методики преподавания иностранных языков

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.Б.23 «Логика и теория аргументации»

1. Цели и задачи освоения дисциплины: развитие и усовершенствование у обучающихся практических умений логически правильно рассуждать и критически мыслить, изучение и освоение практических навыков формально-правильного, рационального мышления, овладение формами и методами аргументации; формирование у обучающихся логической культуры диалога с собеседниками и аудиторией; изучение и применение в интеллектуальной работе арсенала традиционной логики; освоение форм и методов убеждения, разработанных теорией социальной коммуникации; изучение основных теоретических положений и методов доказательства, опровержения и дискуссии; освоение современных методов логического и социально-психологического убеждающего воздействия на человека, с целью обоснования состоятельности или несостоятельности заключения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Логика и теория аргументации» относится к базовой части ОПОП ВО (**Б1.Б.23)**

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- основные направления, понятия, теоретические концепции в области логики и теории аргументации;

уметь:

- выявлять основные понятия в тексте, определять их структуру, устанавливать отношения между ними;
- правильно делить, классифицировать, определять понятия; находить ошибки в делениях, классификациях, определениях и не допускать их в своих рассуждениях;
- выявлять логическую структуру высказываний и на основании этого анализировать их; рассуждать в соответствии с законами логики, находить ошибки в текстах и рассуждениях других людей связанные с их нарушением;
- анализировать вопросно-ответные ситуации, корректно ставить вопросы и давать на них ответы;
- делать рациональные выводы из имеющейся информации в соответствии с правилами и законами логики;
- логически правильно строить свои рассуждения и находить ошибки в рассуждениях других людей;
- анализировать профессиональную терминологию; истолковывать различные профессиональные тексты, находить в них противоречия;
- не допускать логических ошибок составляя официальные документы, находить логические ошибки в профессиональных текстах и грамотно устранять их;

владеть:

- методологическим базисом изучаемой дисциплины при исследовании научных проблем в своей профессиональной сфере.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 часов), зачет, экзамен.

5. Основные разделы дисциплины:

Предмет и задачи логики. Основные исторические этапы ее развития.
Основные логические законы.
Логика и язык.
Понятие как форма мышления.
Суждение и его виды.
Дедуктивные умозаключения в традиционной и современной логике и теории аргументаций.
Правдоподобные рассуждения: индукция и аналогия.
Логические основы теории аргументации (доказательство и опровержение).
Диалоговые формы аргументации и особенности их применения

6. Составитель: СФ ГАОУ ВО МГПУ Кафедра истории, международного права и зарубежного регионоведения доцент к.ф.н., доцент Е.Е Ивунина

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫДИСЦИПЛИНЫ
Б1.Б.24 «Физическая культура и спорт»

1.Цели и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины «Физическая культура и спорт» - сформировать у обучающихся умение управлять жизненно необходимыми двигательными действиями в различных условиях и вырабатывать потребность к систематическим занятиям физическими упражнениями, что является необходимым компонентом здорового образа жизни.

Крепкое здоровье, закалка и всесторонняя физическая подготовленность способствуют повышению производительности труда, предупреждают заболевания, повышают творческую активность человека, физически развитые и закаленные люди успешнее справляются со своей профессиональной работой в любых условиях, быстрее овладевают новыми производственными умениями и навыками.

Занятия гимнастикой, спортом, играми, разнообразными физическими упражнениями формируют двигательные умения и навыки, развивают силу, ловкость, быстроту и выносливость, укрепляют волю человека и тем самым содействуют его успешной трудовой деятельности.

Задачи дисциплины:

- понимание социальной значимости физической культуры и её роли в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности;
- знание научно-биологических, педагогических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;
- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое совершенствование и самовоспитание привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом;
- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте;

- приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности к будущей профессии и быту;
- создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Физическая культура» является дисциплиной базовой части ОПОП ВО

3.Требования к результатам освоения дисциплины:

В процессе освоения дисциплины обучающийся должен овладеть следующими общекультурными компетенциями:

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

Для освоения дисциплины физическая культура обучающийся должен:

знать:

– цели и задачи физической культуры, овладеть системой научно-практических и специальных знаний, необходимых для понимания природных и социальных процессов функционирования физической культуры общества и личности, раскрывающей сущность явлений и научные факты, объективные связи между ними, объясняющие необходимость формирования физической культуры в личности;
– влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний, вредных привычек и увеличение продолжительности жизни;
– способы контроля и оценки индивидуального физического развития и физической подготовленности;
– правила и способы планирования системы индивидуальных занятий физическими упражнениями различной направленности;

уметь:

– использовать полученные знаниядля личностного и профессионального роста, поддержания здорового образа жизни при выполнении учебной, профессиональной и социальной деятельности;
– выполнять индивидуально подобранные комплексы по общей физической подготовке для повышения работоспособности, сохранения и укрепления здоровья;

владеть:

– навыками применения жизненно-важных двигательных умений в профессиональной деятельности и повседневной жизни;
– методами и технологиями пропаганды здорового образа жизни.
– средствами и методами укрепления своего здоровья и здоровья обучающихся, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности;
– опытом организации и проведения индивидуального, коллективного и семейного отдыха, участия в массовых – спортивных соревнованиях.

4.Общая трудоемкость дисциплины: 2 зачетные единицы (72 часа)

6. Составитель: Росляков В.И., старший преподаватель

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫДИСЦИПЛИНЫ
Б1.Б.25 «Политология»

1. Цели и задачи освоения дисциплины: формирование у обучающихся комплексного представления о закономерностях развития политической сферы общества,

современных политических институтах, их устройстве и функционировании; происходящих политических событий и участвующих в них субъектах.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

«Политология» является дисциплиной базовой части ОПОП ВО (Б1.Б.25).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- предмет политологии и роль политологического знания в осмыслении и регулировании сложнейшего комплекса политических, социально-экономических и духовно-нравственных проблем современного общества;
- основные отрасли политологического знания (политической философии, политической психологии и политической социологии);
- этапы развития политической мысли, важнейшие школы, идеи, выдающихся мыслителей;
- фундаментальные понятия и категории политологии;
- институты и феномены гражданского общества и политической сферы, основные уровни политики (локальный, региональный, национальный, международный);
- основные методы осуществления политической власти, их сущность и содержание (демократия, тоталитаризм, авторитаризм);
- виды политических институтов (государство, политические партии, общественные организации и т. д.), их место и роль в политической системе.

уметь:

- выявлять преемственность политических идей;
- анализировать политические концепции и платформы в контексте места и времени их создания;
- классифицировать политические концепции и партийные политические платформы;
- применять категории политологии в ходе анализа политических систем конкретных государств, прежде всего, современной России;
- разбираться в типологии политических систем, государств, политической культуры, политических процессов, оснований легитимности политической власти, политических партий, партийных систем, политических лидеров;
- определять степень актуальности различных политических концепций и платформ для современной России.

владеть:

- навыками оценивать элементы политической системы общества и политического процесса с учетом исторических особенностей того или иного общества и периода его развития;
- пониманием своеобразия политического развития России, особенностями российского государства, спецификой взаимодействия общества и власти, чертами российской политической культуры и идеологии.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 часов), экзамен.

5. Основные разделы дисциплины:

Введение в политологию.

История развития политической науки.

Политическая система общества и ее институты.
Политические процессы и политическая деятельность.
Мировая политика и международные отношения.
Прикладная политология.

6. Составитель: Хохлов А.С., к.ф.н., доцент

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫДИСЦИПЛИНЫ Б1.Б.26 «Концепции современного естествознания»

1. Цели и задачи освоения дисциплины: ознакомление обучающихся с естественнонаучной картиной мира как важнейшим феноменом современной науки, ее ролью в решении социальных проблем современности и сохранении жизни на Земле; развитие у обучающихся умения сочетать достижения естественнонаучных и гуманитарных наук, научно объяснять взаимосвязь природных и социальных процессов; сформировать у обучающихся уровень естественнонаучной грамотности, необходимый для адекватного понимания современных социально-экологических проблем, потребностей и возможностей современного человека, возможных сценариев дальнейшего развития человечества.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Концепции современного естествознания» является дисциплиной базовой части ОПОП ВО (Б1.В.26.).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- основные черты естественнонаучной картины мира как одного из важнейших элементов современной культуры;
- этапы становления современного естествознания;
- концепции, описывающие сущность пространства и времени как арены природных и социальных явлений;
- важнейшие концепции физики, химии, биологии и наук о Земле;
- роль естествознания в решении социальных проблем современности и сохранении жизни на Земле.

уметь:

- применять основы естественнонаучной методологии в теории и на практике;
- сочетать естественнонаучное мировоззрение с гуманитарным;
- объяснять взаимосвязь природных и социальных процессов;
- оперировать системными моделями объектов и явлений в описании природных и социальных феноменов.

владеть:

- представлением о сущности естественнонаучной картины мира;
- методологическими принципами, выработанными в рамках естествознания;
- основами генетического, системного, синергетического и других подходов.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц (72 часа), зачет.

5. Основные разделы дисциплины:

Естествознание в контексте человеческой культуры.

История естествознания.
Механический детерминизм.
Корпускулярные и континуальные концепции в естествознании.
Пространство, время, относительность.
Статистические закономерности в природе.
Квантовые представления в физике микромира.
Строение вещества.
На переднем крае физики микромира.
Вселенная.
Звезды.
Земля.
Жизнь.
Человек.
Биосфера.
Естествознание и научно-технический прогресс.
Самоорганизация в природе и в обществе.

6. Составитель: Рогожин Н.В., к.ф.н., доцент

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫДИСЦИПЛИНЫ
Б1.Б.27 «История русской литературы»

1. Цели и задачи освоения дисциплины: изучить литературный процесс России с XI века до современности; получить представление о характере художественно-смыслового пространства отечественной словесности, литературоцентричности русской культуры, специфике литературных направлений, школ и групп, внутренних закономерностях развития искусства слова в России и творческой индивидуальности крупнейших отечественных писателей.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «История русской литературы» является базовой дисциплиной ОПОП ВО (Б1.Б.27.).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- основные этапы развития русской литературы,
- место литературных направлений, писателей и поэтов в отечественном литературном процессе;
- значение русской литературы в формировании духовно-нравственного начала человека,
- преемственность традиций и новаторство в развитии литературы, творчество крупных русских писателей и поэтов;

уметь:

- дать оценку литературной ситуации, художественному произведению, творчеству писателя (поэта) в целом,
- обобщать информацию;

- анализировать и интерпретировать текст;

владеть:

- культурой мышления, навыками анализа художественного произведения, написания реферата, составления библиографии, базовыми именами писателей и поэтов, названиями и содержанием, особенностями поэтики их основных произведений; навыками выступлений, дискуссий, докладов по проблемам литературы.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

5. Основные разделы дисциплины:

История древнерусской литературы
История русской литературы 18-19 вв.
История литературы 20 в
Современный литературный процесс

6. Составитель: д.ф.н., проф. А.В.Растягаев

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫДИСЦИПЛИНЫ
Б1.Б.28. «История зарубежной литературы»

1. Цель освоения дисциплины: дать обучающимся представление об основных этапах в истории зарубежной литературы, направлениях, выдающихся представителях.

Задачи дисциплины:

– рассмотрение литературного процесса в западноевропейской и американской литературах, его основных периодов и закономерностей;

– знакомство с важнейшими произведениями зарубежной литературы;

– овладение методами и приемами филологического анализа и интерпретации литературных произведений.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «История зарубежной литературы» относится к базовой части дисциплин ОПОП ВО (**Б1.Б.28.**).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Компетенции выпускника ОПОП ВО бакалавриата, формируемые в результате освоения даннойдисциплины:

- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- основные этапы в истории зарубежной литературы, направления, выдающихся писателей;
- основные литературоведческие категории;

уметь:

- самостоятельно анализировать работы по истории зарубежной литературы;
- логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь;
- использовать классическое литературное наследие при установлении и развитии межличностных и деловых отношений;

владеть:

- основами речи, знанием ее видов, законов композиции и стиля;
- культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2зачетные единицы (72 часа).

5. Основные разделы дисциплины:

1. Античная литература.
2. Европейская литература Средних веков и Возрождения.
3. Европейская литература Нового времени.
4. Зарубежная литература XX века.

6. Составитель: к.филол.н., доцент А.Н. Анисимова

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.Б. 29. «Религиоведение»

1. Цели и задачи освоения дисциплины: ознакомление обучающихся с общетеоретическими представлениями о религии и конкретными религиями мира, формирование у обучающихся разносторонних гуманитарных знаний, которые смогут им помочь активно и плодотворно участвовать в разных сферах общественной жизни.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Религиоведение» является базовой дисциплиной ОПОПВО (Б1.Б.29.).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- Истоки и важнейшие этапы развития ораторского искусства.
- Принципы и приёмы риторического учения.
- Традиции и специфику судебного красноречия.
- Виды ораторских речей по цели.
- Различные системы тренировки фонационного дыхания.

уметь:

- Сформулировать тему, конкретную цель.
- Выстроить логику и композицию судебного выступления.
- Отстаивать свои взгляды в спорах, дискуссиях.
- Вести квалифицированно переговоры.
- Правильно использовать интонацию и паузу в устной речи, чётко выговаривать слова с хорошей дикцией.

владеть:

- основными видах дискуссионно-речевой деятельности.
- языком и стилем публичных выступлений.
- основными полемических приёмах и методике их реализации.
- основными качествах голоса и процессе его воспитания.
- невербальными средствах оратора.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц (72 часа), зачет.

5. Основные разделы дисциплины:

Религиоведение как теоретическая дисциплина.
Религия как феномен культуры.
Социальные функции религии.
Эволюция религии в истории. Многообразие форм религиозного отражения.
Национальные и мировые религии.
Секуляризация, гражданское общество и религия.

Проблема статуса религии в современном мире. Свобода совести.

6. Составитель: Поваляев В.Г., к.ф.н., доцент

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫДИСЦИПЛИНЫ
Б1.Б. 30. «История и актуальные проблемы зарубежной журналистики»

1. Цель освоения дисциплины: дать обучающимся необходимое системное представление об истории зарубежной журналистики, о ее наиболее значительных событиях, фактах, об основных закономерностях зарождения и развития периодической печати в мире.

Задачи дисциплины:

– исследовать основные этапы и национальные особенности развития журналистики в странах Запада и континентальной Европы;

– раскрыть влияние политических, экономических, технических, ментальных факторов на развитие журналистики;

– проследить воздействие журналистики на ход важнейших исторических событий;

– познакомиться с творчеством выдающихся публицистов разных стран, с функционированием наиболее ярких, значимых периодических изданий.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «История и актуальные проблемы зарубежной журналистики» является базовой дисциплиной ОПОПВО (**Б1.Б. 30**).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Компетенции выпускника ОПОП ВО бакалавриата, формируемые в результате освоения данной дисциплины:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- историю и закономерности развития зарубежной журналистики;
- лучшие ее образцы;
- понимать значение ее опыта для практики современных зарубежных СМИ и работы журналиста**;**

уметь:

- анализировать опыт зарубежной журналистики;
- ориентироваться на ее лучшие образцы;
- применять полученные знания в своей профессиональной работе;

владеть:

- основными методами и подходами исследовательской и практической работы;
- навыками социально-исторического анализа.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 часа).

5. Основные разделыдисциплины:

1. Введение в мировую журналистику.
2. Зарубежная журналистика XIX в. и первой половины XX в..
3. Зарубежная журналистика второй половины XX в..
4. Зарубежная журналистика конца XX в

6. Составитель – к.филол.н., доцент А.Н. Анисимова

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫДИСЦИПЛИНЫ
Б1.Б.31 «История отечественной журналистики»

1. Цель освоения дисциплины: раскрыть основные закономерности развития

отечественной журналистики.

Задачи дисциплины:

– изучить изменений в системе периодической печати и процесса формирования отечественных радиовещания и телевидения, развития теоретических знаний о журналистике;

– ознакомить *обучающихся* с деятельностью и литературным мастерством выдающихся отечественных публицистов.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «История отечественной журналистики» является базовой дисциплиной базовой части ОПОП ВО (**Б1.Б.31**).

3. Требования к результатам освоениядисциплины:

Компетенции выпускника ОПОП ВО бакалавриата, формируемые в результате освоения даннойдисциплины:

– способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

-историю и закономерности развития отечественной журналистики;

- лучшие ее образцы;

- понимать значение ее опыта для практики современных российских СМИ и работы журналиста;

уметь:

-анализировать опыт отечественной журналистики;

- ориентироваться на ее лучшие образцы;

- применять полученные знания в своей профессиональной журналистской работе;

владеть:

- основными методами и подходами исследовательской и практической работы;

- навыками социально-исторического анализа.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единицы (180часов).

5. Основные разделы дисциплины:

1. Возникновение русской периодической печати и ее развитие в XVIII – начале XIX в.
2. Российская журналистика XIX века.
3. Журналистика в период буржуазно-демократических преобразований, Октябрьской революции 1917 г. и становления советской системы СМИ (1920-30 гг.).
4. Советская журналистика.
5. Журналистика русского зарубежья.
6. Журналистика перестройки и постсоветского периода.

6. Составитель – к.филол.н., доцент А.Н. Анисимова

ъ\

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫДИСЦИПЛИНЫ Б1.Б.32 «Имиджелогия»

1. Цель освоения дисциплины: - знакомство обучающихся с азами имиджелогии – историей имиджа, технологиями его построения, разновидностями имиджа, его спецификой в различных сферах деятельности и другими гранями существования этого универсального феномена культуры.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть историю имиджа;

- ознакомить *обучающихся* с основными технологиями построения имиджа;

- рассмотреть вопросы организации и проведения имиджевых кампаний;
- изучить специфику PR-коммуникаций личного имиджа;
- освоить различные методики оценки эффективности имиджа.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Имиджелогия» относится к базовой части дисциплин ОПОП ВО (**Б1.Б.32**).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Компетенции выпускника ОПОП ВО бакалавриата, формируемые в результате освоения данной дисциплины:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

– базовые понятия имиджелогии;
– специфику PR-коммуникаций в построении имиджа;

уметь:

– организовывать и поводить имиджевые кампании;

владеть:

– различными методиками оценки эффективности имиджевых кампаний.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4зачетные единицы (144 часа).

5. Основные разделы дисциплины:

1. Имидж как историко-культурный феномен
2. Технологии построения имиджа
3. Профессия - имиджмейкер
4. Имидж человека: ведущие типы и элементы
5. Формирование имиджа делового человека
6. Имидж в политике: иллюзии и реальность
7. Элементы политического имиджа
8. Проблема формирования имиджа и репутации фирмы
9. Фирменный стиль и его роль в создании корпоративного имиджа

7. **Составитель:** к.филол.н., доцент А.Н. Анисимова

Б1. В. ВАРИАТИВНАЯ ЧАСТЬ

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.01 «Корпоративная культура в системе государственного и муниципального управления»

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Цель преподавания дисциплины - ознакомление обучающихся с моделями поведения, которые приобретены организацией в процессе адаптации к внешней среде и

внутренней интеграции, показавшие свою эффективность и разделяемые большинством членов организации.

Задачами преподавания дисциплины являются:

- знакомство *обучающихся* с развитием эффективного менеджмента;
- изучение принятой системы лидерства;
- рассмотрение видов корпоративных культур;
- исследование типов современных российских корпоративных культур.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Корпоративная культура **в системе государственного и муниципального управления**» является вариативной дисциплиной ОПОП ВО (Б1.В.01).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

-владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3).

В результате изучения дисциплины *обучающийся* должен:

знать:

- теоретико-методологические основы корпоративной культуры;
- общие закономерности и механизмы её формирования и развития;

уметь:

- применять на практике методы управления формированием и развитием организационной культуры;
- применять методики управления персоналом, позволяющие повысить эффективность работы организации, а также методики расчета различных показателей, включая численность персонала, эффективность мероприятий по развитию персонала, эффективность проектов по совершенствованию системы управления персоналом.

владеть:

- навыками управления организационной культурой.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 часов).

5. Основные разделы дисциплины:

Предмет корпоративной культуры
Типы корпоративных культур
Формирование корпоративной культуры
Культура труда
Культура управления
Диагностика корпоративной культуры

6. Составитель: Анисимова А.Н., к.филол.н., доцент кафедры филологии и массовых коммуникаций СФ ГАОУ ВО МГПУ

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.02. «Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью в системе государственного и муниципального управления»

1. Цели и задачи освоения дисциплины: Цель дисциплины: обучение основным знаниям и навыкам разработки, реализации и оценки эффективности кампаний в области связей с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах..

Задачи дисциплины:

- рассмотреть способы организации PR-кампаний;
- научить обучающихся технологиям проведения специальных событий, акций;

- освоить знания из сферы организации и управления коммуникационными процессами, показать специфику взаимодействия PR с различными средствами массовой информации;

- изучить опыт инновационной деятельности в системе паблик рилейшнз;

- обучить основным навыкам разработки, реализации и оценки эффективности кампаний в области связей с общественностью.

- развить языковую и коммуникативную компетенции обучающихся и сформировать у них готовность к эффективной коммуникации в различных сферах профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью в системе государственного и муниципального управления» является вариативной дисциплиной ОПОП ВО (Б1.В.02).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих **профессиональных компетенций*:***

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

- умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);

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

- способностью осуществлять под контролем рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные принципы действия современных PR-технологий;

- принципы работы над PR-проектами;

- принципы действия механизмов создания и доведения до целевых групп информационных посланий;

- методы конструирования и управления информационными потоками;

- основные виды, составные элементы и специфику кампаний в области связей с общественностью.

Уметь:

- осуществлять оперативное планирование и контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью;

- проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок;

- оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;

- участвовать в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд;

- готовить проектную и сопутствующую документацию (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт).

Владеть:

- навыками планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований;

- разработкой, подготовкой к выпуску, производством и распространением рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

- навыками участия в организации и проведении маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг;

- написанием аналитических справок, обзоров и прогнозов.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 ч.).

5. Основные разделы дисциплины:

1. Кампания по связям с общественностью: определение понятия.

2. Организационные, материально-технические, кадровые основы проведения pr-кампаний.

3. Подготовительный этап кампании по связям с общественностью.

4. Этап планирования.

5. Проблема составления бюджета кампании по связям с общественностью.

6. Реализация кампаний по связям с общественностью: проблемы организации специальных событий.

7. Реализация кампаний по связям с общественностью: коммуникации в продвижении бренда.

8. Коммуникационный аудит.

9. Заключительный этап: оценка эффективности и составление отчета.

6. Составитель: д.ф.н., проф. Ю.В. Сложеникина

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.03 «Технология создания рекламного продукта в системе государственного и муниципального управления»

1. Цель освоения дисциплины: дать обучающимся представление о важнейшем компоненте рекламной и PR деятельности – создании рекламного продукта.

Задачи:

– знакомство со спецификой разработки и внедрения рекламных проектов;

– приобретение умений и навыков, необходимых для оказания рекламных услуг в коммерческой, социальной и политической сферах и разработки рекламных кампаний;

– формирование целостного представления о возможностях и ресурсах рекламы в коммуникативном процессе.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Технология создания рекламного продукта в системе государственного и муниципального управления» является вариативной дисциплиной ОПОП ВО (**Б1.В.03**)

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и

презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);

- способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14);

- способность осуществлять под контролем подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- роль и функции дизайнеров, криейтеров, копирайтеров;

- иметь представление об этапах, принципах и методах создания рекламного продукта;

- принципы и методы художественного оформления рекламного продукта;

-приемы информационного и эмоционального воздействия рекламы;

- формы рекламного сообщения и эффективные каналы коммуникации;

- творческую и коммерческую составляющие технологии разработки рекламного продукта;

уметь:

- разрабатывать концепцию рекламного обращения для создания рекламных сообщений;

- использовать средства коммуникационного воздействия при создании рекламного продукта;

- тестировать и проводить экспертную оценку рекламного продукта для определения его эффективности и на предмет соответствия правовым и этическим нормам;

владеть:

- навыками художественного дизайна и редактирования; разработки рекламного продукта (в печатных и электронных СМИ).

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 часа (2 зачетные единицы), экзамен.

5. Основные разделы дисциплины:

1. Теория, композиция рекламы и копирайтинг.
2. Функциональные, структурные и риторические особенности рекламного текста.
3. Творческий процесс в рекламе.
4. Особенности технологии создания различных жанров рекламы.
5. **6. Составитель:** Князев Д.В., к. соц.н., доцент кафедры филологии и массовых коммуникаций СФ ГАОУ ВО МГПУ

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.04 «Социология массовых коммуникаций в системе государственного и муниципального управления»

1. Цель освоения дисциплины: формирование системы знаний о социальных, философских и исторических основаниях социологических концепций, в т.ч. и концепции массовых коммуникаций.

Задачи:

– изучение отношений социальных групп к средствам коммуникаций;

– получение знаний в эмпирическом уровне социологии;

– получение теоретических знаний и практических навыков в процессе исследования социальных явлений в сфере массовых коммуникаций.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Социология массовых коммуникаций» относится к вариативной части ОПОП ВО(***Б1.В.04***).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);

способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

- способность организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);
- владение навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- содержание основных теоретических концепций, сформировавшихся в процессе становления и развития социологической науки;
- предмет и объект исследования социологии массовых коммуникаций;
- теории массовых коммуникаций;
-виды и функции средств массовых коммуникаций;
- современные средства сбора и обработки информации, а также средства и носители рекламы;
- представлять роль и место социологических исследований в практике планирования и проведения рекламных мероприятий;
- методики социологических исследований в коммуникационном процессе;

уметь:

- пользоваться основными социологическими понятиями, программными средствами обработки данных социологических исследований;
- применять теоретические социологические концепции для создания научных объяснений в исследованиях средств массовых коммуникаций;
- использовать социологические данные в практике осуществления рекламной и PR-деятельности;

владеть:

- категориально-понятийным аппаратом в сфере социологической науки и ее отраслей,
- навыками организации системы сбора социологической информации для планирования коммуникационной деятельности предприятий;
- владеть методиками оценок эффективности средств массовых коммуникаций в процессе реализация интересов социальных субъектов.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 252 часа (7 зачетных единицы), экзамен.

5. Основные разделы дисциплины:

1. Социология коммуникации как специальная отрасль социологии.
2. Предмет и аппарат социологии коммуникации.
3. Системность коммуникации.
4. Средства массовой коммуникации как социальная подсистема.
5. Деятельность СМК как реализация интересов разных социальных субъектов.
6. Особенности политической коммуникации в современном обществе.
7. Коммерческая и социальная реклама в СМК.
8. Социологические исследования основных звеньев коммуникативного процесса**.**

6. Составитель: к. филол. н., доцент А.Н. Анисимова

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.05 «Современная пресс-служба в системе государственного и муниципального управления»

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Цель дисциплины «Современная пресс-служба» - дать обучающимся общую характеристику современным российским государственным пресс-службам. В раках изучения дисциплины поставлены следующие **задачи**:

- формирование представления о функциях, задачах, принципах работы современной государственной пресс-службы;
- формирование представления о функциях, задачах, принципах работы, статусе пресс-секретаря в структуре организации;
- формирование умения пользоваться методами информационной работы государственных учреждений со средствами массовой информации и общественностью;
- изучение принципов планирования и программирования, а также организации работы современной пресс-службы.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Современная пресс-служба» относится к вариативной части дисциплин ОПОП ВО (Б1.В.05).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать: процедуры, методы, формы профессиональной работы, и особенности организации работы современной пресс-службы в разных профессиональных сферах: в государственном и муниципальном управлении, на региональном и федеральном уровнях, особенности взаимодействия пресс-секретаря с различными группами общественности, в том числе, с журналистами, с органами государственной власти.

уметь: ориентироваться в методах планирования и программирования, а также организации работы современной пресс-службы.

владеть: навыками процесса организации деятельности в сфере связей с общественностью, организации корпоративной работы, направленной на формирование имиджа предприятия; а также практическими навыками работы и взаимодействия со СМИ, с различными группами общественности.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часов) - очная и заочная формы обучения.

5. Основные разделы дисциплины:

1. Структура и принципы организации современной пресс-службы.
2. Государственная пресс-служба как открытая система.
3. Основные направления работы российских государственных пресс-служб.
4. Технология организации работы современной пресс-службы.
5. Пресс-служба администрации Президента России.
6. Формы и методы работы пресс-службы.
7. Права и этика российского специалиста по связям с общественностью.
8. Роль и место Департамента информационной политики МИД РФ в системе общественных связей.
9. Основные функции работы пресс-служб администраций российских регионов.

6. **Составитель:** д.ф.н., проф. А.В.Растягаев

7.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины
Б1.В.06 «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в системе государственного и муниципального управления»

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

получение обучающимися необходимых знаний и практических навыков в области маркетинговых исследований

Задачи курса: маркетинговые исследования как междисциплинарный предмет, сочетающий в себе научные изыскания и практический опыт в области маркетинга, менеджмента, статистики, экономико-математических методов, психологии и социологии должен обобщить инструментарий и знания данных дисциплин для получения, систематизации и анализа информации необходимой для принятия маркетинговых управленческих решений. В число задач входит также:

рассмотрение основ организации и проведения маркетинговых исследований: определение целей и задач исследования, разработка плана исследования, содержание основных этапов исследования.

приобретение обучающимися практических навыков организации и проведения маркетинговых исследований и анализа полученной в ходе исследования информации.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина изучается в вариативной части ОПОП ВО код - **Б1.В.06**

Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в системе государственного и муниципального управления является специализированным курсом, формирующим требуемые компетенции .

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

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

- способностью проводить маркетинговых исследований (ПК-9);

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- о принципах проведения маркетинговых исследований;
- о принципах проведения ситуационного анализа;
- о подходах к проведению маркетинговых исследований;
- о подходах к проведению ситуационного анализа;
- знать:
- технологию проведения социологических и маркетинговых исследований;
- основы социологии и социологических исследований;
- виды и методы маркетинговых исследований;
- стандартные источники ошибок маркетинговых исследований;
- способы организации маркетинговых исследований;
- модели и инструменты ситуационного анализа;
- особенности проведения маркетинговых исследований в России;

Уметь:

- использовать информационные технологии для решения задач маркетинговых исследований;

- применять полученные ранее знания в области математического анализа для целей маркетинговых исследований;
- правильно выбирать проблемы, цели, методы и подходы к проведению маркетинговых исследований;
- организовать работу отдела маркетинговых исследований и координировать его с деятельностью других служб.

Владеть:

- владеть теорией маркетинговых исследований;
- навыками проведения ситуационного анализа;
- вести работу с учетом особенностей конкретных рынков и изменений рыночной конъюнктуры на маркетинговые исследования;
- владеть современными знаниями по организации маркетинговых исследований.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 216 часов (6 ЗЕТ),
Кафедра, за которой закреплен компонент образовательной программы
Кафедра менеджмента и прикладной экономики
5. Разработчик: СФ МГПУ, к.э.н., доцент кафедры прикладной экономики и менеджмента О.В.Юдакова

Б1. В.ДВ. 01 ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВЫБОРУ

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ДВ.01.01 «Компьютерный дизайн в системе государственного и муниципального управления»

1. Цели и задачи освоения дисциплины: формирование и овладение новыми знаниями, а также расширение теоретической базы по курсу, в котором представлены основные вопросы теории и практики создания рекламной продукции. Ознакомление с использованием компьютерных технологий в полиграфическом и WEB дизайне.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина **«Компьютерный дизайн в системе государственного и муниципального управления»** является дисциплиной по выбору вариативной части ОПОП ВО (Б1.В.ДВ.01.01).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-6);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).
- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

Основные законы и правила композиции.

Основы цветоведения.

Назначение и сферы использования основных цветовых моделей.

Основы создания фирменного стиля.

Основные принципы создания компьютерной анимации.

Принципы создания Flash – презентаций.

Способы задания элементарных поведений элементам Flash – фильма с помощью языка ActionScript.

Основы работы со звуком в MacromediaFlash.

Основы WEB-дизайна.

Основные категории и понятия математического анализа и дифференциальных уравнений.

уметь:

Создавать элементы интерфейса сайта.

Оптимизировать графические файлы для Интернета.

Создавать Flash - анимацию.

Оптимизировать Flash – анимацию.

Задавать элементарные поведения элементам Flash – фильма с помощью языка ActionScript.

Создавать интересные по дизайну сайты с помощью MacromediaFlash.

Применять полученные знания в профессиональной деятельности.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 часов), зачет.

5. Основные разделы дисциплины:

Средства композиции

Виды композиции

Фирменный стиль

Основы работы с AdobePhotoshop

Основы работы с AdobeFlash

6. Составитель: Мусорин М.К., старший преподаватель кафедры высшей математики и информатики.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.01.02 Презентационные технологии в рамках традиционных и современных средств рекламы

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель познакомить обучающихся с различными средствами рекламы, сформировать навыки создания и применения мультимедийных презентаций при проведении рекламных компаний.

Задачи:

- рассмотреть теоретические аспекты организации презентационных технологий в рамках теории современной работы;

- изучить основные презентационные формы в рамках публичных выступлений;

- провести сравнительный анализ и оценить достоинства и недостатки традиционных и современных средств рекламы;

- исследовать социальную направленность современной презентационной рекламы;

-организовать практикум по обучению презентационной рекламы в рамках практической части курса;

- изучение курса завершить самостоятельной подготовкой презентационного ролика в целях профориентации обучающихся.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО Дисциплина Б1.В.ДВ.01.02 Презентационные технологии в рамках традиционных и современных средств рекламы относится к вариативной части (дисциплина по выбору)

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);
- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8).

По завершении освоения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- принципы подготовки и проведения рекламы;
- виды публичных выступлений, основные презентационные формы;
- этические аспекты рекламы;
- принципы формирования традиционных и современных средств рекламы;
- типичные ошибки публичного выступления, презентации;

уметь:

- ставить цели и формулировать задачи рекламы;
- применять традиционные и современные средства рекламы;
- проводить презентацию, публичное выступление (включая использование мультимедийной презентации);
- управлять вниманием аудитории;
- определять дизайн презентации и визуальных материалов.

владеть:

- навыками публичных выступлений;
- навыками создания презентаций с помощью компьютерных программ.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 часов), зачет.

5. Основные разделы дисциплины:

Презентация как технология в рамках традиционных и современных средств реклам
Основные формы презентаций
Структура презентации
Технологии организации презентаций
Основные приемы управления вниманием аудитории
Обязательные элементы мультимедийной презентации
Дизайн презентации
Визуализация данных

6. Составитель: доцент кафедры высшей математике и информатики к.п.н., доцент Богданова Е.А.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.02.01. «Второй иностранный язык»

1. Цели и задачи освоения дисциплины: практическое использование ИЯ 2 (немецкого) в устной и письменной форме в условиях профессионального и бытового общения, расширение и углубление лингвострановедческих знаний, освоение особенностей вербальной и невербальной коммуникации в изучаемом языковом пространстве, формирование навыков диалогической и монологической речи на втором иностранном языке, формирование навыков письма в профессиональной сфере

2.Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина относится к дисциплинам вариативной части ОПОП ВО (Б1.В.ДВ.02.01.).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- владением навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать: лексику ИЯ 2 (немецкого) общего и терминологического характера, в том числе основную терминологию согласно специализации ОП, достаточную для устного и письменного общения, работы с научной и художественной литературой; особенности социокультурной и межкультурной коммуникации, обеспечивающие адекватность социальных и профессиональных контактов на ИЯ 2 (немецком); особенности лексического и грамматического оформления устной и письменной речи в различных ситуациях социального взаимодействия; особенности различных коммуникативных стилей и приемы аккомодации;

Уметь: в соответствии с лексическим и грамматическим материалом по предусмотренным программой темам составлять монологическое высказывание; поддержать беседу в рамках предусмотренных программой тем, правильно используя соответствующий лексико-грамматический материал; передать содержание прочитанного и прослушанного текста с учетом коммуникативной сферы и коммуникативной ситуации; находить информацию в процессе изучающего чтения на материале учебных текстов и художественной литературы; правильно графически и орфографически оформлять письменную речь; написать изложение на любую из пройденных тем.

Владеть: базовыми навыками и умениями говорения, аудирования, чтения и письма на бытовые и профессиональные темы.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц (252 часа), дифференцированный зачет.

5. Основные разделы дисциплины:

1. Структурные типы предложения: вопросительное (с вопросительным словом/без вопросительного слова), повествова-тельное (утвердительное, отрицательное), побудительное; простое, сложно-сочиненное, сложноподчиненное предложение.

2. Грамматические формы и конструкции, обозначающие: Предмет/лицо/явление – субъект действия – существительное в единственном/множественном числе с детерминативом (артикль, указательное и притяжательное местоимение) в именительном падеже; личные местоимения в именительном и винительном падежах, неопределенно-личное местоимение das, безличное местоимение es (в составе кон-струкцийdas/esistwichtig; esgibt).

3. Субъект действия – неопределенные и от- рицательные местоимения (niemand, keiner, jemand и др.). Действие/процесс/состояние – глаголы полнозначные (переход-

ные/непереходные/возвратные/связочные) в PräsensAktiv, PerfektAktiv, PräsensPassiv, ImperfectPassiv, Zustandspassiv. Побуждение к действию – гла- голы в Imperativ (вежливая форма); конструкция «Wollenwir…» в сочетании с инфинитивом. Долженствование/необходимость/желательность/возможность действия – модальные гла-голы (sollen, müssen, wollen, mögen, können, dürfen), глаголы haben, sein в со- четании с частицей zu перед инфинитивом. Предложение/необходимость/желательность действия – безличный оборот в сочетании с инфинитивной группой (esistnotwending…zuInfinitiv).

4. Объект действия – существительное с детерминативом в Dativ и Akkusativ**(**без предлога/с пред- логом); личные и неопределенные местоимения в Dativ и Akkusativ (в един- ственном и множественном числе). Место/время/характер действия – суще-ствительное с предлогами в Dativ и Akkusativ; придаточные предложения с союзами wo, wie и др.

5. Характеристика действия/процесса/состояния посредством прилагательного в положительной, сравнительной и превосходной степени. Характеристику действия/процесса/состояния посредством наре- чия/прилагательного в сравнительной и превосходной степени.

6. Признак/свойство/качество явления/предмета/лица – прилагательное, существительное в Genitiv, GenitivusPartitivus, придаточное определительное.

7. Придаточно-следственные отношения – придаточные предложения с союзами da, weil; сочинительные союзы – deshalb, deswegen, denn. Логико-смысловые связи – союзы/союзные слова (also, außerdem, abschließend, einleitend, zussammenfassend, и др.). Лексико-грамматические средства связи предложе- ний и абзацев.

8. Межкультурное обучение иностранному языку

9. Типично по-немецки

10.Вербальная и невербальная коммуникация в немецкоязычных странах

11. Культура и язык

6. Составитель: СФ ГАОУ ВО МГПУ к.пед.н., доцент методики преподавания иностранных языков Чуйкова Э.С.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫДИСЦИПЛИНЫ Б.1.В.ДВ.02.02 «Политический консалтинг»

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Цель дисциплины «Политический консалтинг» - усвоение обучающимися основ политического консультирования и овладение навыками практической работы в организации и проведении избирательных кампаний.

В раках изучения дисциплины поставлены следующие **задачи**:

- изучение отдельных аспектов современных политических систем;
- формирование практических умений и навыков, в том числе по написанию «политических» текстов;
- изучение особенностей взаимодействия между различными целевыми аудиториями;
- подготовка и проведение публичных мероприятий;
- организация противодействия провокациям со стороны оппонентов, организация наблюдения на избирательных участках.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Политический консалтинг» является дисциплиной по выбору вариативной части ОПОП ВО (**Б1.В.ДВ.02.02**).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

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

- владением навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

- **знать**: историю политического консультирования и его место в системе политического менеджмента, технологии организации и проведения избирательной кампании для конкретного кандидата или организации; методы работы с целевыми аудиториями; особенности целей, задач и основных этапов политического маркетинга, приёмов планирования и техники реализации политических проектов; перечень типовых проблем (юридических, организационных и т.п.), возникающих в процессе практической деятельности политического консультанта, и возможные способы их решения, с учетом специфики избирательных кампаний в условиях современной России;

- **уметь:** самостоятельно разрабатывать образцы предвыборной агитации; на базе теоретического и практического материала, моделировать, анализировать, разрешать и управлять политическими конфликтами.

- **владеть:** приемами политического консультирования; приемами организации деятельности службы связей с общественностью в системах государственной службы, местного самоуправления, политической партии, избирательной кампаний; методикой формирования имиджа политического деятеля; методикой написания материалов политического характера; методикой проведения пресс-конференций и брифингов по политическим темам.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц (252 часа).

5. Основные разделы дисциплины:

История и теории политического консалтинга.

Политический процесс и политические технологии.

Понятие и виды политического консультирования.

Стратегия и тактика политической кампании.

Разработка предвыборной рекламной кампании кандидата.

Технологии формирования имиджа публичного политика.

Работа с рекламными и PR текстами, СМИ, электоратом и конкурентами в процессе избирательной кампании.

6. Составитель: д.ф.н., проф. А.В.Растягаев

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ДВ.03.01 «Основы брендинга в системе государственного и муниципального управления»

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Цель изучения дисциплины – приобретение обучающимися базовых теоретических знаний и практических навыков, составляющих основное содержание профессиональных обязанностей бренд-менеджера.

Достижение цели подразумевает выполнение следующих **задач**:

- рассмотреть основные теоретические подходы исследований брендинга и брендбилдинга;

- ознакомить обучающихся с основными этапами создания бренда;

- рассмотреть вопросы организации и проведения брендинговых кампаний;
- изучить специфику PR-коммуникаций в брендинге;
- освоить различные методики оценки эффективности брендинга.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Основы брендинга в системе государственного и муниципального управления» относится к вариативной части дисциплин по выбору ОПОП ВО(Б1.В.ДВ.03.01).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способностью проводить маркетинговых исследований (ПК-9);
- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15);

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

- **знать** базовые понятия брендинга; специфику PR-коммуникаций в брендинге;
- **уметь** организовывать и поводить брендинговые кампании;
- **владеть** различными методиками оценки брендинговых кампаний.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часов), зачет.

5. Основные разделы дисциплины:

1. Бренд, брендинг, бренд-менеджмент.
2. Подготовительный этап брендинга.
3.Сдержательные признаки бренда.
4. Коммуникационная кампания бренда.
5. Оценка эффективности брендинга.
6. Финансовая оценка и учет брендов.
7. Понятие глобального имиджа.

6. Составитель: д.ф.н., проф. А.В.Растягаев

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ДВ.03.02 «Психология рекламы в системе государственного и муниципального управления»

1. Цели и задачи освоения дисциплины: Раскрыть психологические механизмы рекламного (пропагандистского) воздействия для выявления особенностей разнообразных психологических воздействий на человека в рекламе.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина ««Психология рекламы в системе государственного и муниципального управления» относится к вариативной части дисциплин по выбору ОПОП ВО (Б1.В.ДВ.03.02)

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способностью проводить маркетинговых исследований (ПК-9);
- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15);

В результате изучения дисциплины обучающийся должен

знать:

– основные психологические принципы, используемые в ситуации рекламного (пропагандистского) воздействия;

– структуру и особенности рекламной компании маркетингового и брендового характера;

уметь:

– использовать специфические психологические средства рекламного воздействия;

– выстроить рекламную компанию маркетиногового и брендового характера;

владеть:

– особенностями применения этических и моральных принципов при осуществлении рекламного (пропагандистского) воздействия;

– навыками первичного психологического воздействия в рекламе;

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часов), зачет.

5. Основные разделы дисциплины:

1. Основы использования психологических знаний в рекламе.
2. Особенности работы психологических процессов в ситуации рекламного воздействия.
3. Использование средств психологического воздействия и манипуляции в рекламе.
4. Психологическая специфика построения рекламы при решении маркетинговых задач.
5. Психологическая специфика построения рекламы при решении задач рекламного обеспечения бренда.
6. Психологическая специфика построения рекламы при решении задач пропагандистского характера.

6. Составитель: к.псх.н., доцент А.Б. Степанов.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ДВ.04.01. «Медиарилейшнз в системе государственного и муниципального управления»

1. Цель освоения дисциплины: Цель изучения данной дисциплины – получение обучающимися необходимых знаний и практических навыков по связям со СМИ,

Задачи дисциплины:

– изучение типологии средств массовой информации,

– овладение методикой составления статей для различных СМИ;

- формирование практических навыков взаимодействия со СМИ, навыков работы с рекламными и PR-текстами.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Медиарилейшнз в системе государственного и муниципального управления» относится к дисциплинам по выбору вариативной части ОПОП ВО (**Б1.В.ДВ.04.01**).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Компетенции выпускника ОПОП ВО бакалавриата, формируемые в результате освоения данной дисциплины:

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

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

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах

массовой информации (ПК-12);

- способностью осуществлять под контролем подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- основы стратегического планирования профессиональной деятельности в области медиарилейшнз для организаций и предприятий государственной, коммерческой и некоммерческой сфер жизнедеятельности общества;

уметь:

- выявлять и анализировать основные подходы к определению, типологии, структуре, оценке эффективности различных форм профессиональной деятельности в области медиарилейшнз для организаций и предприятий государственной, коммерческой и некоммерческой сферах жизнедеятельности общества;

владеть:

- стратегическим планированием в рамках основной формы профессиональной деятельности в области медиарилейшнз для организаций и предприятий государственной, коммерческой и некоммерческой сфер жизнедеятельности общества – PR-кампании.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

5. Основные разделы дисциплины:

1. Медиарилейшнз: определение, сущностные характеристики, типология. Отношения со СМИ в системе общей информационной политики.
2. Коммуникационный аудит. Определение, значение, виды коммуникационного аудита. Российская и международная практика проведения оценки коммуникативной среды.
3. Ситуационный анализ. Определение ключевых проблем и возможностей, ресурсов базисного субъекта медиарилейшнз. Планирование и организация деятельности современной пресс-службы.
4. Стратегическое планирование. Проведение мероприятий для журналистов, подготовка и рассылка пресс-релизов и других медиадокументов.

6. Составитель: к.филол.н., доцент А.Н. Анисимова

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ДВ.04.02. «Организация выставок и ярмарок в системе государственного и муниципального управления»

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Целью курса является формирование у обучающихся комплексного представления о проблемах изучения современных тенденций развития выставочной деятельности в России и за рубежом.

Задачи:

- получить теоретические знания и практические навыки в области организации выставочного проекта на высококонкурентном потребительском рынке;
- изучить мировые тенденции в развитии выставочно-ярмарочной деятельности;
- определить основные проблемы государственного регулирования ярмарочно-выставочной деятельности в России и за рубежом;
- раскрыть экономическую сущность и основные инструменты продвижения товаров на рынке;
- изучить основные направления влияния выставочной деятельности на экономику страны;

- определить эффективность использования технологий организации и рекламно-информационного сопровождения выставок;
- освоить навыки свободного использования целого арсенала способов и приемов для прорабатывания концепции выставочного проекта и анализа его коммерческой состоятельности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Организация выставок и ярмарок в системе государственного и муниципального управления» является дисциплиной по выбору вариативной части ОПОП ВО (Б1.В.ДВ.04.02.).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);
- способностью осуществлять под контролем подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- историю развития инфраструктуры, социально-экономической сущности ВД в России и за рубежом;
- влияние ВД на развитие экономики страны;
- государственное регулирование ВД;
- рекламно-информационное сопровождение выставок;
- принципы эффективного участия фирмы в выставочных мероприятиях;
- технологии организации выставочного пространства;

уметь:

- анализировать и давать характеристики выставочных рынков России;
- оценивать и экономически обосновывать коммерческую состоятельность выставочных проектов;
- составлять бюджет выставки;

владеть:

- навыками организации мероприятий по принятию участия в выставочных проектах;
- методикой расчета по определению оптимальной площади выставочного стенда;
- терминологическим аппаратом продвижения выставочного проекта;
- методикой оценки эффективности организации выставочного пространства.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 ч.).

5. Основные разделы дисциплины:

1. Выставки и ярмарки и их социально-экономическая сущность
2. История развития и современное состояние выставочной деятельности
3. Выставочная деятельность как коммуникационный инструмент
4. Экономические аспекты выставочной деятельности

6. Составитель: д.ф.н., проф. Ю.В. Сложеникина

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ДВ.05.01 «Теория и практика рекламы в системе государственного и муниципального управления»

1. Цель освоения дисциплины: подготовка специалистов, владеющих знаниями о рекламной деятельности в современном информационно-коммуникативном пространстве и умеющих применять полученные знания и навыки в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

– усвоение предмета, принципов, категорий, базовых знаний о сущности рекламы, областях его применения и основных направлениях, содержании и формах рекламы в коммуникативном процессе;

– развитие представлений об истории становления, современном состоянии и перспективах развития рекламы в общемировом пространстве;

– понимание специфики развития данной дисциплины в современных российских условиях; формирование представлений о рекламе и её национальных особенностях;

– знакомство со спецификой разработки и внедрения рекламных проектов;

– приобретение умений и навыков, необходимых для оказания рекламных услуг в коммерческой, социальной и политической сферах и разработки рекламных кампаний;

– формирование целостного представления о возможностях и ресурсах рекламы в коммуникативном процессе;

– углубление представлений о современных методах работы специалистов в сфере рекламы.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Теория и практика рекламы в системе государственного и муниципального управления» является дисциплиной по выбору вариативной части ОПОП ВО (**Б1.В.ДВ.05.01**).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Компетенции выпускника ОПОП ВО бакалавриата, формируемые в результате освоения данной дисциплины:

– владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);

- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);

- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);

- способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- сущностные характеристики рекламы, эволюцию взглядов на рекламу;
- содержание теорий и концепций, относящихся к рекламе в коммуникативном процессе;
- предметные и видовые модификации рекламы;
- специфику взаимодействия рекламы со средствами массовой информации;
- состояние различных видов рекламы в США, странах Западной Европы и в России;

уметь:

- применять рекламные технологии;
- разработать план, стратегию и тактику рекламной кампании;
- осознанно применять социологические исследования аудитории средств массовой информации при определении стратегии рекламной деятельности;
- анализировать приемы и методы медиапланирования, применяемые в рекламных кампаниях;
- находить пути оптимизации рекламной деятельности с целью социально-психологического воздействия рекламы на потребителя;

владеть:

- навыками ведения рекламной деятельности;
- навыками видения оптимального решения проблем рекламной деятельности, определения целей и альтернатив;
- навыками медиапланирования;
- навыками создания коммерческой, социальной и политической рекламы;
-методами исследования в сфере рекламы.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет3 зачетные единицы (108 часов).

5. Основные разделы дисциплины:

1. Сущность и функции рекламы. Процесс рекламной деятельности.
2. Целевая аудитория рекламы. Виды рекламы. Реклама в периодической печати.
3. Реклама на телевидении. Реклама на радио. Формообразование в рекламе.
4. Организация работы рекламного агентства.
5. Рекламная служба в СМИ.
6. Политическая реклама.
7. Социальная реклама.
8. Эффективность рекламы.

6. Составитель: Князев Д.В., к.соц.н., доцент кафедры филологии и массовых коммуникаций СФ ГАОУ ВО МГПУ

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ДВ.05.02 «PR первого лица в системе государственного и муниципального управления»

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Целью курса является приобретение необходимых знаний и навыков в формировании положительного имиджа первых лиц.

Основными **задачами** являются:

- изучение социально-теоретической и практической обусловленности возникновения политического имиджмейкинга;
- изучение взаимодействия политической имиджелогии с современной наукой и политической практикой;
- изучение социокультурных характеристик и особенностей политического имиджа;
- изучение психологических моделей политического имиджа.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «PR первого лица в системе государственного и муниципального управления» является дисциплиной по выбору вариативной части ОПОП ВО (Б1.В.ДВ.05.02).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

– владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);

- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);

- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);

- способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- основы понимания политического имиджа;
- основные механизмы и пути формирования положительного политического имиджа;
- основы информационно-психологического воздействия на социум в целях формирования положительного имиджа первого лица;

уметь:

- анализировать состояние имиджа первого лица;
- взаимодействовать со СМИ в работе по формированию имиджа политических деятелей;
- составлять тексты для выступлений для первых лиц и самому выступать в СМИ;

владеть:

- навыками организации работы и технологиями по формированию положительного имиджа первого лица.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

5. Основные разделы дисциплины:

Политический имиджмейкинг как система взглядов о законах массовой коммуникации.

Имидж человека: ведущие типы и элементы.

Технологии построения имиджа.

Элементы политического имиджа.

Закономерности создания имидж эффекта.

6. Составитель: д.ф.н., проф. А.В.Растягаев

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.06.01. «Переговорный процесс в системе государственного и муниципального управления»

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Цель - знакомство *обучающихся* с основными стратегиями и эффективными тактиками переговорного процесса.

Задачи дисциплины:

- осмысление закономерностей построения эффективного переговорного процесса;
- анализ различных стилей ведения переговоров;
- знакомство с наиболее эффективными школами ведения переговоров (в частности, Гарвардской школой принципиальных переговоров);
- изучение техник взаимодействия и борьбы в ходе переговоров (умение слушать и задавать правильные вопросы, техника согласования интересов, развитие механизма быстрого реагирования, искусство разумных компромиссов, технология выхода из конфликта и др.);
- анализ приемов аргументации и полемики, используемых в ходе переговоров;
- знакомство с контрприемами против «грязных» методов ведения переговоров.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Переговорный процесс в системе государственного и муниципального управления» является дисциплиной по выбору вариативной части ОПОП ВО (Б1.В.ДВ.06.01).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);
- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

– теорию переговорного процесса;
– тактики и стратегии делового общения;
– психологические типы партнеров;

способы подачи переговорной позиции

уметь:

– применять технологии деловых коммуникаций;
– разработать план, стратегию и тактику переговоров;
– реагировать на манипулятивные технологии оппонентов;

владеть:

– приемами и методами психологического воздействия;
– приемами оптимизации переговорного процесса.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 ч.).

5. Основные разделы дисциплины:

1. Теория переговорного процесса.
2. Подготовка переговоров. Способы подачи переговорной позиции.
3. Стратегия и тактика ведения переговоров.
4. Завершение переговоров.
5. Переговоры как искусство общения.
6. Психологические особенности делового общения. Психологические типы деловых партнеров.
7. Манипуляции во время деловых переговоров.
8. Деловой этикет.
9. Особенности ведения деловых переговоров с представителями разных стран.

6. Составитель: к. соц. н., доцент Д.В.Князев

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.06.02. «Спонсоринговые кампании в системе государственного и муниципального управления»

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Цель – формирование понимания сущности благотворительности, спонсорства и меценатства как общественного феномена и разновидности профессиональной деятельности в сфере связей с общественностью.

Задачи:

- ознакомление с основными формами, моделями социальной деятельности, с технологиями использования PR-методов в социальных компаниях;

- определение значения благотворительной деятельности в виде технологий фандрайзинга и спонсоринга в практике упрочения связей с общественностью бизнес-структур, государственных учреждений и некоммерческих организаций.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Спонсоринговые кампании в системе государственного и муниципального управления» является дисциплиной по выбору вариативной части ОПОП ВО (Б1.В.ДВ.06.02).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);
- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- основные этапы и особенности развития благотворительности, спонсорства и меценатства в мире и России;
- технологии и методики организации работы по благотворительным и спонсорским программам;
- потенциал государственных и негосударственных структур, которым они располагают для осуществления благотворительной деятельности;
- способы взаимодействия субъектов благотворительности и специалистов по связям с общественностью;

уметь:

- применять полученные знания в профессиональной практической деятельности специалиста по связям с общественностью, как с позиций спонсора, так и с позиций фандрайзера;
- выявлять потенциальных спонсоров, располагающих необходимыми ресурсами для благотворительности и привлекать их для решения социально значимых проблем;
- организовать практические действия для развития благотворительности в интересах отдельных людей, организаций и общества в целом;

владеть:

- навыками ведения переговоров со спонсором;
- методами «горячих» и «холодных» звонков;
- навыками написания профессионального коммерческого предложения;
- технологиями тайм-менеджмента.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 ч.).

5. Основные разделы дисциплины:

1. Спонсоринг и фандрайзинг как социальная кампания
2. История благотворительности и социальной работы
3. Тенденции развития благотворительности в современных условиях
4. Технология организации и проведения благотворительной деятельности
5. Спонсоринг в системе связей с общественностью
6. Фандрайзинг как PR-технология

6. Составитель: д.филол.н., профессор Ю.В. Сложеникина

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б.1.В.ДВ.07.01 «Общая физическая подготовка»

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины «Общая физическая подготовка» является формирование общей физической подготовки, физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры и спорта для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- понимание социальной значимости общей физической подготовки и её роли в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности;
- формирование мотивационно-ценностного отношения к общей физической подготовки, установки на здоровый стиль жизни, физическое совершенствование и самовоспитание привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом;
- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих общую физическую подготовку, сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте;
- приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности к будущей профессии и быту;
- создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Общая физическая подготовка» является дисциплиной по выбору вариативной части ОПОП ВО.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование общекультурной компетенции: способность использовать приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций (ОК-8).

В результате изучения учебной дисциплины обучающийся должен:

Знать:

теоретические и методико-практические основы физической культуры, спорта и здорового образа жизни.

Уметь:

использовать творчески средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни.

Владеть:

средствами и методами укрепления своего здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 328ч..

5. Основные разделы дисциплины

1. Легкая атлетика
2. Гимнастика
3. Основы профессионально-прикладной подготовки

6. Составитель:ст. преподаватель каф. педагогики Росляков В.И.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ДВ.07.02 «Спортивные игры»

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины «**Спортивные игры**» является формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры и спорта для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- понимание социальной значимости спортивных игр и их роли в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности;
- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое совершенствование и самовоспитание привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом;
- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте;
- приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности к будущей профессии и быту;
- создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений.

- **Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО:**

Дисциплина «Общая физическая подготовка» дисциплиной по выбору вариативной части ОПОП ВО.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование общекультурной компетенции: способность использовать приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций (ОК-8).

В результате изучения учебной дисциплины обучающийся должен:

Знать:

теоретические и методико-практические основы физической культуры, спорта и здорового образа жизни.

Уметь:

использовать творчески средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни.

Владеть:

средствами и методами укрепления своего здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 328ч..

5. Основные разделы дисциплины

1. Волейбол
2. Баскетбол
3. Настольный теннис

6. Составитель:ст. преподаватель каф. педагогики Росляков В.И.

Б2.В.01 (У)УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА

Б2.В.01 (У)Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе превичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности

1. Цели и задачи практики: Цель учебной практики - постепенное закрепление, расширение и систематизация знаний, полученных при изучении учебных дисциплин на основе изучения деятельности базы практики, получение обучающимися первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности.

Задачи учебной практики:

- обобщение, систематизация, конкретизация и закрепление теоретических знаний на основе изучения опыта работы базы практик;
- приобретение опыта организационной и правовой работы в целях приобретения навыков самостоятельной работы по решению стоящих перед ними задач;
– изучение и анализ медиапространства Самарской области;
– оценка поступающей в СМИ информации об исследуемом объекте;
– разработка рекомендаций по совершенствованию информационной политики изучаемого объекта;
- рассмотрение способов организации PR-кампаний;
- овладение методами аналитической и самостоятельной научно-исследовательской работы по изучению принципов PR-деятельности и экономического функционирования организаций, действующих на основе государственной и иных форм собственности по различным областям финансово-хозяйственной деятельности;

обучение студентов технологиям проведения специальных событий, акций;

развитие языковой и коммуникативной компетенции студентов и формирование у них готовности к эффективной коммуникации в различных сферах профессиональной деятельности;

- сбор необходимых материалов для подготовки и написания курсовых работ и отчета по прохождению практики.

2. Место практики в структуре ОПОП ВО:

Раздел **Б2.В.01 (У)** «Практики» ОПОП ВО.

Практика является обязательным разделом образовательной программы и представляет собой особый вид учебной деятельности, непосредственно ориентированный на профессионально-практическую подготовку обучающихся Университета.

Учебная практика в структуре ОПОП ВО располагается в Блоке 2. Практики и относится к вариативной части. Шифр учебной практики: Б2.В.01(У)Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности.

3. Требования к результатам практики

Организация и прохождение практики направлены на формирование следующих компетенций:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);

- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);
- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);
- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);
- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);

- способностью проводить маркетинговых исследований (ПК-9);
- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);
- владением навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

Знать:

- основы работы в отделах рекламы/связей с общественностью;
- правила создания текстов рекламы и связей с общественностью, принципы литературного редактирования, копирайтинга;
- порядок проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;
- суть стандартных задач профессиональной деятельности и основные требования информационной безопасности;
- специфику работы отделов рекламы и связей с общественностью, функциональные схемы построения отделов;принципы и приемы планирования и проведения мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, модели оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;
- организацию и оперативное планирование своей деятельности и деятельности фирмы
- организационно-управленческие принципы работы с малыми коллективами;

- правила и порядок подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
- порядок, приемы и принципы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;
- порядок подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
- порядок проведения маркетинговых исследований;
- приемы и методы организации и проведения социологических исследований;

Уметь:

- осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
- писать рекламные сообщения и тексты для мероприятий по связям с общественностью, приемы литературного редактирования, копирайтинга;
- планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
- участвовать в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;
- организовывать и оперативно планировать свою деятельность и деятельность фирмы;
- организовывать работу малых коллективов;
- готовить проектную документацию (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
- реализовывать проекты;
- готовить к выпуску, производству и распространению рекламную продукцию, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
- проводить маркетинговые исследования;
- организовывать и проводить социологические исследования;
- составлять аналитические справки, обзоры и прогнозы;

Владеть:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
- базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, навыками литературного редактирования, копирайтинга;
- умением планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением

информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
- навыками управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществления оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оцениванию эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;
- навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;
- навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;
- навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт;
- навыками реализовывать проекты и методами их реализации;
- навыками организации и подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
- навыками проведения маркетинговых исследований;
- навыками организации и проведения социологическихисследований;
- навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.

4. Общая трудоемкость практики составляет 6 зачетных единиц (216 часов).

5. Структура и содержание учебной практики

Содержание учебнй практики

1 КУРС, II СЕМЕСТР

Данная практика предусматривает изучение студентом одного их базовых методов работы специалиста по связям с общественностью – информационного аудита. Под информационным аудитом понимается изучение определенного объема прессы с целью выявления присутствия в СМИ материалов об организации или личности (паблисити). Для исследования СМИ используется метод контент-анализа, охватывающий как количественные, так и качественные характеристики объекта.

Главным источником материалов для информационного аудита являются средства массовой информации (масс-медиа), а в качестве итогового документа выступает медиапортрет – образ исследуемого объекта в информационном пространстве, который характеризует качество присутствия в медиаконтенте.

Во время практики студент занимается изучением публикаций об определенной организации или персоне. Указанная организация или персона именуются в дальнейшем «объектом изучения» и выбираются студентом из предоставленного списка (или определяются самостоятельно и согласовываются с руководителем практики).

Объем источников для исследования обозначается заранее и не может быть изменён студентом в ходе выполнения работы.

Содержание учебной практики

2 КУРС, IV СЕМЕСТР

1. Сформулировать цель и задачи специального мероприятия.
2. Проанализировать параметры внешней и внутренней среды СФ МГПУ. Сделать SWOT-анализ.
3. Выделить и проанализировать целевую аудиторию.

4. Определить каналы коммуникации с целевой аудиторией. Обосновать выбор СМИ. Составить медиакарту, дать медиапортрет 1 СМИ. Обосновать использование других средств коммуникации.
5. Разработать сценарий специального мероприятия.
6. Составить график проведения мероприятия в виде таблицы. В графике указываются название события, сроки проведения, ответственные лица и задействованные каналы коммуникации.
7. Составить бюджет, подсчитать расходы на проведение PR-кампании. В таблице отразить мероприятия, ресурсы, необходимые для их осуществления, и их стоимость.
8. Определить критерии оценки эффективности кампании, конечные цели, которые планируется достигнуть после завершения мероприятия.

6. Составитель: д-р филол. н., профессор А.В. Растягаев.

Б2.В.02(П). ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА: ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1. Цель и задачи практики

Цель производственной практики – получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности. **Задачи производственной практики:**

- обобщение, систематизация, конкретизация и закрепление теоретических знаний на основе изучения опыта работы базы;

- приобретение опыта организационной и правовой работы на должностях кадровых и управленческих служб организаций в целях приобретения навыков самостоятельной работы по решению стоящих перед ними задач;

- развитие правовой культуры, как важнейшего условия успешного решения задач будущей профессиональной деятельности;

- изучение передового и практического опыта по избранному направлению подготовки;

- углубление практических умений и навыков по профессиональной деятельности в отделах или агентствах рекламы и связей с общественностью,

- углубление практических умений и навыков по профессиональной деятельности в рамках направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» и разработка PR-мероприятия как составной части плана выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы).

– закрепление общих представлений студентов о принципах и законах функционирования рыночной экономики и места рекламной и СО практики в деятельности предприятия;

– ознакомление с особенностями использования различных инструментов продвижения рекламных и PR-средств;

– раскрытие прикладного характера рассматриваемых в учебных дисциплинах базовых категорий рекламы и PR;

– закрепление навыков расчета основных показателей рекламного планирования, определение рекламного бюджета, медиапланирования и анализа эффективности рекламных мероприятий;

– выработка у студентов умения анализировать и систематизировать факты рекламы и PR в соответствии с конкретно поставленной задачей;

– выработать филологические навыки написания рекламных и PR текстов

различного характера;
- развитие навыков презентации и защиты результатов выполняемой деятельности.
- сбор необходимых материалов для подготовки и написания отчета по прохождению практики.

2. Место практики в структуре ОПОП ВО:

Практика является обязательным разделом образовательной программы и представляет собой особый вид учебной деятельности, непосредственно ориентированный на профессионально-практическую подготовку обучающихся Университета.

Производственная практика в структуре ОПОП ВО располагается в Блоке 2. Практики и относится к вариативной части. Шифр производственной практики: Б2.В.02(П) Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

3. Требования к результатам практики

Организация и прохождение практики направлены на формирование следующих компетенций:
- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественность (ОПК-2);
- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);
- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);
- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);
- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);
- способностью проводить маркетинговых исследований (ПК-9);
- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);
- владением навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).
- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);
- способностью осуществлять под контролем рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);
- способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14);
- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15);
- способностью осуществлять под контролем подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

В результате прохождения практики обучающийся должен:

Знать:

– профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
– основы работы в отделах рекламы/связей с общественностью;
– правила создания текстов рекламы и связей с общественностью, принципы литературного редактирования, копирайтинга;
– правила и порядок планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий;
– порядок проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;
– суть стандартных задач профессиональной деятельности и основные требования информационной безопасности;
– специфику работы отделов рекламы и связей с общественностью, функциональные схемы построения отделов;принципы и приемы планирования и проведения мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, модели оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;
– организацию и оперативное планирование своей деятельности и деятельности фирмы
– организационно-управленческие принципы работы с малыми коллективами;
– правила и порядок подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
– порядок реализации проектов и методы их реализации;
– методы создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, принципы внутренней и внешней эффективной коммуникации;
– порядок, приемы и принципы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;
– порядок подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
– порядок проведения маркетинговых исследований;
– приемы и методы организации и проведения социологических исследований;

– структуру и содержание аналитических справок, обзоров и прогнозов;
– сущность профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
– содержание рекламных кампаний и мероприятий;
– приемы, принципы и содержание труда в области рекламы как сфере профессиональной деятельности;
– содержание работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;
–
– приемы и методы подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

Уметь:

– осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
– работать в отделах рекламы/связей с общественностью;
– писатьрекламные сообщения и тексты для мероприятий по связям с общественностью, приемы литературного редактирования, копирайтинга;
– планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
– осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
– решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
– участвовать в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;
– организовывать и оперативно планировать свою деятельность и деятельность фирмы;
– организовывать работу малых коллективов;
– готовить проектную документацию (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
– реализовывать проекты;
– создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивать внутреннюю и внешнюю коммуникации;
– принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
– готовить к выпуску, производству и распространению рекламную продукцию, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
– проводить маркетинговые исследования;
– организовывать и проводить социологические исследования;
– составлять аналитические справки, обзоры и прогнозы;
– осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
– осуществлять под контролем рекламные кампании и мероприятия;
– реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;
– работать в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;
– осуществлять под контролем подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

Владеть:
– способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
– знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественностью;
– базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, навыками литературного редактирования, копирайтинга;
– умением планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
– умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
– способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
– навыками управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществления оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оцениванию эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;
– навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;
– навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;
– навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт;
– навыками реализовывать проекты и методами их реализации;
– способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;
– способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
– навыками организации и подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
– навыками проведения маркетинговых исследований;
– навыками организации и проведения социологическихисследований;
– навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;
– навыками осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
– навыками осуществления под контролем рекламных кампаний и мероприятий;
– навыками реализации знаний в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;
– навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;
– навыками осуществления под контролем подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

4. Общая трудоемкость практики составляет 21зачетную единицу (756 часов)

5. Основное содержание практики:

3 КУРС, V СЕМЕСТР

- наблюдение за работой сотрудников предприятия;
- изучение структуры, видов деятельности, документации и режима работы предприятия;
-участие в работе рекламного или PR-отдела;
- мониторинг рынка рекламы;
- выявление отраслей с наибольшей потребностью в рекламе;
-поиск решений и идей для повышения конкурентоспособности организации;
- анализ наиболее востребованных видов рекламы;
- помощь и изучение процесса разработки рекламных кампаний и кампаний по СО.

Содержание производственной практики
4 КУРС, VIII семестр

Обучающиеся во время производственной практики должны подготовить и провести PR-мероприятие по продвижению имиджа компании, в которой они проходят практику.

1. Сформулировать цель и задачи специального мероприятия.
2. Проанализировать параметры внешней и внутренней среды организации. Сделать SWOT-анализ.
3. Провести анализ и оценку существующего положения компании, указать причины, приведшие к началу PR-кампании.
4. Выделить и проанализировать целевую аудиторию.
5. Определить каналы коммуникации с целевой аудиторией. Обосновать выбор СМИ. Составить медиакарту, дать медиапортрет: 2 газет, 2 журналов (1 специализированный), 2 телеканалов, 2 интернет-порталов, 2 радиостанций. Обосновать использование других средств коммуникации.
6. Разработать сценарий специального мероприятия.
7. Составить график проведения мероприятия в виде таблицы. В графике указываются название события, сроки проведения, ответственные лица и задействованные каналы коммуникации.
8. Составить бюджет, подсчитать расходы на проведение PR-кампании. В таблице отразить мероприятия, ресурсы, необходимые для их осуществления, и их стоимость.
9. Определить критерии оценки эффективности кампании, конечные цели, которые планируется достигнуть после завершения мероприятия.

6. Составитель: д.ф.н., профессор**А.В.Растягаев**

Б2.В.03 (П) ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА: НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА

1. Цель и задачи практики

Основной целью производственной практики: научно-исследовательская работа обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления (уровень высшего образования бакалавриат) являются: совершенствование навыков научно-исследовательской работы для выполнения выпускной квалификационной работы**.**

Производственная практика: научно-исследовательская работа способствует закреплению и углублению теоретических знаний студентов, полученных при обучении, приобретению и развитию навыков самостоятельной научно-исследовательской работы.

Задачи производственной практики: научно-исследовательская работа:

-сбор данных, необходимых для написания выпускной квалификационной работы;

- обработка научной литературы по проблемам, рассматриваемым в ВКР (ее анализ

в проблемном аспекте);

-систематизация и обобщение полученной теоретической информации;

-обработка фактического материала, его структурирование.

- теоретическое осмысление современного состояния объекта и предмета исследования за определенный период;
- обобщение, систематизация и анализ данных, полученных в результате проведенного исследования, формирование логически обоснованных выводов;
- обоснование новизны и практической значимости решений в области связей с общественностью, подготовка рекомендаций и предложений, разработанных в дипломном исследовании;
- разработка рекомендаций и предложений по усовершенствованию существующей практики связей с общественностью;
- коммуникативный аудит PR-кампании;
- изучение проблем взаимодействия PR-специалиста со СМИ;
- обоснование и описание применяемых методов научного познания;
- проверка авторских гипотез в процессе сбора и анализа эмпирического материала.

2. Место практики в структуре ОПОП ВО:

Практика является обязательным разделом образовательной программы и представляет собой особый вид учебной деятельности, непосредственно ориентированный на профессионально-практическую подготовку обучающихся Университета.

Производственная практика: научно-исследовательская работа в структуре ОПОП ВО располагается в Блоке 2. Практики и относится к вариативной части. Шифр производственной практики: научно-исследовательская работа Б2.В.03 (П) Производственная практика: научно-исследовательская работа.

3. Требования к результатам практики

Организация и прохождение практики направлены на формирование следующих компетенций:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественность (ОПК-2);
- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);
- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);
- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);
- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);
- способностью проводить маркетинговых исследований (ПК-9);
- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);
- владением навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).
- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);
- способностью осуществлять под контролем рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);
- способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14);
- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15);
- способностью осуществлять под контролем подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

В результате прохождения практики обучающийся должен:

Знать:

– профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
– основы работы в отделах рекламы/связей с общественностью;
– правила создания текстов рекламы и связей с общественностью, принципы литературного редактирования, копирайтинга;
– правила и порядок планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий;
– порядок проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;
– суть стандартных задач профессиональной деятельности и основные требования информационной безопасности;
– специфику работы отделов рекламы и связей с общественностью, функциональные схемы построения отделов;принципы и приемы планирования и проведения мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, модели оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;
– организацию и оперативное планирование своей деятельности и деятельности фирмы
– организационно-управленческие принципы работы с малыми коллективами;
– правила и порядок подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
– порядок реализации проектов и методы их реализации;

– методы создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, принципы внутренней и внешней эффективной коммуникации;
– порядок, приемы и принципы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;
– порядок подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
– порядок проведения маркетинговых исследований;
– приемы и методы организации и проведения социологических исследований;
– структуру и содержание аналитических справок, обзоров и прогнозов;
– сущность профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
– содержание рекламных кампаний и мероприятий;
– приемы, принципы и содержание труда в области рекламы как сфере профессиональной деятельности;
– содержание работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;
–
– приемы и методы подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

Уметь:

– осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
– работать в отделах рекламы/связей с общественностью;
– писатьрекламные сообщения и тексты для мероприятий по связям с общественностью, приемы литературного редактирования, копирайтинга;
– планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
– осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
– решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
– участвовать в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;
– организовывать и оперативно планировать свою деятельность и деятельность фирмы;
– организовывать работу малых коллективов;
– готовить проектную документацию (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
– реализовывать проекты;
– создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивать внутреннюю и внешнюю коммуникации;
– принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
– готовить к выпуску, производству и распространению рекламную продукцию, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
– проводить маркетинговые исследования;
– организовывать и проводить социологические исследования;
– составлять аналитические справки, обзоры и прогнозы;

– осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
– осуществлять под контролем рекламные кампании и мероприятия;
– реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;
– работать в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;
– осуществлять под контролем подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

Владеть:
– способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
– знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественностью;
– базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, навыками литературного редактирования, копирайтинга;
– умением планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
– умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
– способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
– навыками управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществления оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оцениванию эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;
– навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;
– навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;
– навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт;
– навыками реализовывать проекты и методами их реализации;
– способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;
– способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
– навыками организации и подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
– навыками проведения маркетинговых исследований;
– навыками организации и проведения социологическихисследований;
– навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;
– навыками осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
– навыками осуществления под контролем рекламных кампаний и мероприятий;
– навыками реализации знаний в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;
– навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;

– навыками осуществления под контролем подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

4. Общая трудоемкость практики составляет 3 зачетные единицы (108 часов)

5. Основное содержание практики:

Обучающиеся во время преддипломной практики должны

-собрать данные, необходимые для написания выпускной квалификационной работы;

- обработать научную литературу по проблемам, рассматриваемым в ВКР (ее анализ в проблемном аспекте);

-систематизировать и обобщить полученную теоретическуюинформацию;

-обработать фактический материал, структурировать его;

- теоретическое осмыслить современное состояние объекта и предмета исследования за определенный период;
- обобщить, систематизировать и проанализировать данные, полученные в результате проведенного исследования, сформулировать логически обоснованные выводы;
- обосновать новизну и практическую значимость решений в области связей с общественностью, подготовить рекомендации и предложения, разработанные в дипломном исследовании.

6. Составитель: д.ф.н., профессор **А.В.Растягаев**

Б2.В.04 (Пд) ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА

1. Цели и задачи преддипломной практики

Цель преддипломной практики – углубление первоначального практического опыта обучающегося, проверка его готовности к самостоятельной профессиональной деятельности, а также подготовка к выполнению выпускной квалификационной работы в организациях различных организационно-правовых форм. Преддипломная практика проводится для выполнения выпускной квалификационной работы и является обязательной.

Задачи преддипломной практики:

- обобщение, систематизация, конкретизация и закрепление теоретических знаний на основе изучения опыта работы базы;

- приобретение опыта организационной и правовой работы на должностях кадровых и управленческих служб организаций в целях приобретения навыков самостоятельной работы по решению стоящих перед ними задач;

- развитие правовой культуры, как важнейшего условия успешного решения задач будущей профессиональной деятельности;

- изучение передового и практического опыта по избранному направлению подготовки;

– раскрытие прикладного характера рассматриваемых в учебных дисциплинах базовых категорий рекламы и PR;

- выработка у студентов умения анализировать и систематизировать факты рекламы и PR в соответствии с конкретно поставленной задачей;

– закрепление навыков расчета основных показателей рекламного планирования, определение рекламного бюджета, медиапланирования и анализа эффективности рекламных мероприятий;

- сбор необходимых материалов для подготовки и написания отчета по

прохождению практики;

- сбор необходимых материалов для подготовки и написания выпускной квалификационной работы.

2. Место практики в структуре ОПОП ВО:

Практика является обязательным разделом образовательной программы и представляет собой особый вид учебной деятельности, непосредственно ориентированный на профессионально-практическую подготовку обучающихся Университета.

Преддипломная практика в структуре ОПОП ВО располагается в Блоке 2. Практики и относится к вариативной части. Шифр преддипломной практики: Б2.В.04(Пд) Преддипломная практика.

3. Требования к результатам практики

Организация и прохождение практики направлены на формирование следующих компетенций:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественность (ОПК-2);
- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);
- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);
- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);
- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);
- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);
- способностью проводить маркетинговых исследований (ПК-9);

- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);
- владением навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).
- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);
- способностью осуществлять под контролем рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);
- способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14);
- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15);
- способностью осуществлять под контролем подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

В результате прохождения практики обучающийся должен:

Знать:

– профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
– основы работы в отделах рекламы/связей с общественностью;
– правила создания текстов рекламы и связей с общественностью, принципы литературного редактирования, копирайтинга;
– правила и порядок планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий;
– порядок проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;
– суть стандартных задач профессиональной деятельности и основные требования информационной безопасности;
– специфику работы отделов рекламы и связей с общественностью, функциональные схемы построения отделов;принципы и приемы планирования и проведения мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, модели оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;
– организацию и оперативное планирование своей деятельности и деятельности фирмы
– организационно-управленческие принципы работы с малыми коллективами;
– правила и порядок подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
– порядок реализации проектов и методы их реализации;
– методы создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, принципы внутренней и внешней эффективной коммуникации;
– порядок, приемы и принципы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;
– порядок подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
– порядок проведения маркетинговых исследований;
– приемы и методы организации и проведения социологических исследований;
– структуру и содержание аналитических справок, обзоров и прогнозов;
– сущность профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
– содержание рекламных кампаний и мероприятий;

– приемы, принципы и содержание труда в области рекламы как сфере профессиональной деятельности;
– содержание работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;
–
– приемы и методы подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

Уметь:

– осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
– работать в отделах рекламы/связей с общественностью;
– писатьрекламные сообщения и тексты для мероприятий по связям с общественностью, приемы литературного редактирования, копирайтинга;
– планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
– осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
– решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
– участвовать в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;
– организовывать и оперативно планировать свою деятельность и деятельность фирмы;
– организовывать работу малых коллективов;
– готовить проектную документацию (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
– реализовывать проекты;
– создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивать внутреннюю и внешнюю коммуникации;
– принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
– готовить к выпуску, производству и распространению рекламную продукцию, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
– проводить маркетинговые исследования;
– организовывать и проводить социологические исследования;
– составлять аналитические справки, обзоры и прогнозы;
– осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
– осуществлять под контролем рекламные кампании и мероприятия;
– реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;
– работать в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;
– осуществлять под контролем подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

Владеть:

– способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
– знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественностью;

– базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, навыками литературного редактирования, копирайтинга;
– умением планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
– умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
– способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
– навыками управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществления оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оцениванию эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;
– навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;
– навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;
– навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт;
– навыками реализовывать проекты и методами их реализации;
– способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;
– способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
– навыками организации и подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
– навыками проведения маркетинговых исследований;
– навыками организации и проведения социологическихисследований;
– навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;
– навыками осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
– навыками осуществления под контролем рекламных кампаний и мероприятий;
– навыками реализации знаний в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;
– навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;
– навыками осуществления под контролем подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

4. Общая трудоемкость практики составляет 6 зачетных единиц (216 часов)

5. Структура и содержание преддипломной практики:

Название разделов программы преддипломной практики:

Обучающиеся во время преддипломной практики должны подготовить и провести PR-мероприятие по продвижению имиджа компании, в которой они проходят практику.

1. Сформулировать цель и задачи специального мероприятия.
2. Проанализировать параметры внешней и внутренней среды организации. Сделать

SWOT-анализ.

3. Провести анализ и оценку существующего положения компании, указать причины, приведшие к началу PR-кампании.
4. Выделить и проанализировать целевую аудиторию.
5. Определить каналы коммуникации с целевой аудиторией. Обосновать выбор СМИ. Составить медиакарту, дать медиапортрет: 2 газет, 2 журналов (1 специализированный), 2 телеканалов, 2 интернет-порталов, 2 радиостанций. Обосновать использование других средств коммуникации.
6. Разработать сценарий специального мероприятия.
7. Составить график проведения мероприятия в виде таблицы. В графике указываются название события, сроки проведения, ответственные лица и задействованные каналы коммуникации.
8. Составить бюджет, подсчитать расходы на проведение PR-кампании. В таблице отразить мероприятия, ресурсы, необходимые для их осуществления, и их стоимость.
9. Определить критерии оценки эффективности кампании, конечные цели, которые планируется достигнуть после завершения мероприятия.

При прохождении всех видов практик сохраняется преемственность изучаемого материала. Наиболее эффективный вариант - прохождение всех видов практик в одной организации. Обучающемуся необходимо дополнять собранный на предыдущей практике материал, материалом из соответствующих разделов, предусмотренных для рассмотрения в период очередной практики. В случае если место прохождения практик будет меняться, подлежат изучению на объекте исследования все разделы, предусмотренные программой и заданием на практику.

Обучающийся должен получить информацию об организации и закрепить в отчете:

- наименование организации, ФИО руководителя, местоположение и основные реквизиты предприятия;
- историю развития организации;
- особенности отрасли, к которой относится организация;
- цели и задачи предприятия;
- историю-легенду организации;
- миссию и философию организации;
- имидж организации;
- организационно-правовые формы структурных подразделений предприятия и характер организационных отношений между ними;
- уровень корпоративной культуры.

Анализируя информационную систему управления организации, обучающиеся должны дать:

1. Характеристику коммуникационных процессов:

- коммуникации между уровнями управления и подразделениями;
- коммуникации между организацией и внешней средой (органы государственного регулирования, потребители, поставщики и др.);

2. Характеристику общей схемы информационных потоков в организации:

-информационный процесс (передача, преобразование, хранение, оценка и использование информации);

- средства передачи и преобразования информации.

6. Составитель: д.ф.н., профессор **А.В.Растягаев**

Б 3.Б.01.(Г) ПОДГОТОВКА К СДАЧЕ И СДАЧА ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

Государственная итоговая аттестация выпускника является обязательной и осуществляется после освоения основной образовательной программы. Государственная итоговая аттестация выпускников по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» включает: государственный экзамен и защиту выпускной квалификационной работы. Государственный экзамен является квалификационным и предназначен для определения теоретической и практической подготовки выпускника к выполнению задач профессиональной деятельности по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

1. Цели и задачи ГИА.

Государственная итоговая аттестация (далее – ГИА) завершает освоение ОПОП ВО и представляет собой форму оценки степени и уровня освоения обучающимися ОПОП ВО и является обязательной.

К этапам государственной итоговой аттестации обучающихся относятся:

1. Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.

2. Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.

Целью ГИА является определение соответствия результатов освоения обучающимися ОПОП ВО требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления (уровень высшего образования бакалавриат) и оценки результатов освоения компетенций в процессе ГИА.

Задачи ГИА предусматривают следующие требования к профессиональной подготовке выпускника, претендующего на получение диплома специалиста по связям с общественностью:

- способность самостоятельно, творчески мыслить, демонстрировать понимание сути предметов и явлений, формулировать свою позицию, точку зрения по возникающим вопросам, свое мировоззрение;
- способность комплексно подходить к ответам на вопросы, демонстрируя не только глубину понимания проблемы, вопроса, но и понимание существующих межпредметных связей, возникающих в обсуждаемой области;
- выявление уровня подготовленности выпускников к выполнению профессиональных задач в установленных ФГОС ВО видах деятельности.

Государственная итоговая аттестация выпускников, завершающих обучение по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью(направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления»)», является обязательной.

2. Место ГИА: Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена в структуре ОПОП ВО:

Государственная итоговая аттестация является базовой частью ОПОП ВО, состоит из двух этапов:

- Б3.Б.01(Г) Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена;
- Б3.Б.02(Д) Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.

3. Требования к организации и проведению государственной итоговой аттестации

Государственная итоговая аттестация направлена на определение соответствия результатов освоения обучающимися ОПОП ВО требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и оценки результатов освоения компетенций:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8);
- готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9);
- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественность (ОПК-2);
- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);
- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);

- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);

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

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

- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);

- способностью проводить маркетинговых исследований (ПК-9);

- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);

- владением навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);

- способностью осуществлять под контролем рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);

- способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14);

- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15);

- способностью осуществлять под контролем подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

Обучающийся должен

Знать:

- основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;
- основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;
- основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;
- правовые основы в различных сферах жизнедеятельности;
- нормы произношения и ударения; особенности грамматического и синтаксического строя языка; жанровые особенности текстов на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- порядок проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;
- правила работы в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- принципы самоорганизации и самообразования;
- методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;
- основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий;
- профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;

- основы работы в отделах рекламы/связей с общественностью;
- правила создания текстов рекламы и связей с общественностью, принципы литературного редактирования, копирайтинга;
- правила и порядок планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий;
- порядок проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;
- суть стандартных задач профессиональной деятельности и основные требования информационной безопасности;
- специфику работы отделов рекламы и связей с общественностью, функциональные схемы построения отделов;принципы и приемы планирования и проведения мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, модели оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;
- организацию и оперативное планирование своей деятельности и деятельности фирмы
- организационно-управленческие принципы работы с малыми коллективами;

правила и порядок подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

- порядок реализации проектов и методы их реализации;
- методы создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, принципы внутренней и внешней эффективной коммуникации;
- порядок, приемы и принципы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;
- порядок подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
- порядок проведения маркетинговых исследований;
- приемы и методы организации и проведения социологических исследований;
- структуру и содержание аналитических справок, обзоров и прогнозов;
- сущность профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
- содержание рекламных кампаний и мероприятий;
- приемы, принципы и содержание труда в области рекламы как сфере профессиональной деятельности;
- содержание работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;
-
- приемы и методы подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

Уметь:

- использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;
- анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;
- использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;
- использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности;
- решать задачи межличностного и межкультурного взаимодействия;

- работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- самостоятельно организовывать свою деятельность и самостоятельно получать знания из доступных источников;
- использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;
- пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий;
- осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
- работать в отделах рекламы/связей с общественностью;
- писать рекламные сообщения и тексты для мероприятий по связям с общественностью, приемы литературного редактирования, копирайтинга;
- планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
- участвовать в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;
- организовывать и оперативно планировать свою деятельность и деятельность фирмы;
- организовывать работу малых коллективов;
- готовить проектную документацию (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
- реализовывать проекты;
- создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивать внутреннюю и внешнюю коммуникации;
- принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
- готовить к выпуску, производству и распространению рекламную продукцию, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
- проводить маркетинговые исследования;
- организовывать и проводить социологические исследования;
- составлять аналитические справки, обзоры и прогнозы;
- осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
- осуществлять под контролем рекламные кампании и мероприятия;
- реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;
- работать в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;

- осуществлять под контролем подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

Владеть:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;
- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;
- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;
- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности;
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различи;
- способностью к самоорганизации и самообразованию;
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;
- готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий;
- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
- знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественностью;
- базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, навыками литературного редактирования, копирайтинга;
- умением планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
- навыками управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществления оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оцениванию эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;
- навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;
- навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;
- навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт;
- навыками реализовывать проекты и методами их реализации;

- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
- навыками организации и подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
- навыками проведения маркетинговых исследований;
- навыками организации и проведения социологическихисследований;
- навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;
- навыками осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
- навыками осуществления под контролем рекламных кампаний и мероприятий;
- навыками реализации знаний в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;
- навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;
- навыками осуществления под контролем подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.

4. Общая трудоемкость Государственной итоговой аттестации выпускников: Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена - 1,5 зачетные единицы (54 часа)

5. Содержание ГИА: Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

В соответствии с государственными требованиями к минимуму содержания и уровню подготовки по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью (направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления»)»в состав итогового экзамена включены следующие разделы:

1. Теория и практика рекламы
2. Теория и практика связей с общественностью
3. Основы интегрированных коммуникаций

6. Составитель: д.ф.н., профессор **А.В.Растягаев**

Б3.Б.02 (Д) ЗАЩИТА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ, ВКЛЮЧАЯ ПОДГОТОВКУ К ПРОЦЕДУРЕ ЗАЩИТЫ И ПРОЦЕДУРУ ЗАЩИТЫ

Государственная итоговая аттестация выпускника является обязательной и осуществляется после освоения основной образовательной программы. Государственная итоговая аттестация выпускников по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» включает: государственный экзамен и защиту выпускной квалификационной работы. Государственный экзамен является квалификационным и предназначен для определения теоретической и практической подготовки выпускника к выполнению задач профессиональной деятельности по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

1. Цели и задачи ГИА.

Программа ГИА является частью ОПОП ВО и включают в себя:

- программу Государственной итоговой аттестации выпускников и оценочные материалы для подготовки к сдаче и сдачи государственного экзамена;

- программу Государственной итоговой аттестации выпускников и оценочные материалы для защиты выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.

Подготовка к процедуре защиты и процедура защиты выпускной квалификационной работы (далее - ВКР) является обязательным этапом государственной итоговой аттестации. Общие требования к ВКР определены ФГОС ВО, Положением о проведении государственной итоговой аттестациипо основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриатаи программам магистратуры в Самарском филиале Государственного автономного образовательного учреждения высшего образования города Москвы «Московский городской педагогический университет».

ВКР представляет собой выполненную обучающимся работу, демонстрирующую освоение компетенций и уровень подготовленности обучающегося к самостоятельной профессиональной деятельности.

Целями выполнения ВКР являются:

– систематизация, обобщение и закрепление теоретических знаний и практических умений, их применение при решении профессиональных задач;

– оценка сформированности компетенций обучающегося в соответствии с требованиями ФГОС ВО;

– выявление подготовленности обучающегося к самостоятельной профессиональной деятельности в современных условиях.

Подготовка к процедуре защиты и процедура защиты ВКР направлена на решение **задач**, позволяющих определить: уровень навыков разработки стратегии научного исследования, самостоятельной работы со специальной литературой, реферирования статей и составления обзоров по заданной теме, правильного оформления результатов проделанной работы, использования статистических методов обработки данных, анализа полученных результатов, обоснования гипотез и выводов исследования.

Оформление ВКР должно соответствовать требованиям, устанавливаемым Положениями о ВКР ГАОУ ВО МГПУ, конкретизирующими их методическими рекомендациями выпускающей кафедры

2. Место ГИА: защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты в структуре ОПОП ВО:

Государственная итоговая аттестация является базовой частью ОПОП ВО, состоит из двух этапов:

- Б3.Б.01(Г) Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена;
- Б3.Б.02(Д) Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.

3. Требования к организации и проведению государственной итоговой аттестации

Государственная итоговая аттестация направлена на определение соответствия результатов освоения обучающимися ОПОП ВО требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и оценки результатов освоения компетенций:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);

- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8);
- готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9);
- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественность (ОПК-2);
- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);
- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);
- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);
- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);
- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);
- способностью проводить маркетинговых исследований (ПК-9);
- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);
- владением навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);
- способностью осуществлять под контролем рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);
- способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14);
- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15);
- способностью осуществлять под контролем подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

Обучающийся должен

Знать:

- основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;
- основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;
- основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;
- правовые основы в различных сферах жизнедеятельности;
- нормы произношения и ударения; особенности грамматического и синтаксического строя языка; жанровые особенности текстов на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- порядок проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;
- правила работы в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- принципы самоорганизации и самообразования;
- методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;
- основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий;
- профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
- основы работы в отделах рекламы/связей с общественностью;
- правила создания текстов рекламы и связей с общественностью, принципы литературного редактирования, копирайтинга;
- правила и порядок планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий;
- порядок проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;
- суть стандартных задач профессиональной деятельности и основные требования информационной безопасности;
- специфику работы отделов рекламы и связей с общественностью, функциональные схемы построения отделов;принципы и приемы планирования и проведения мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, модели оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;
- организацию и оперативное планирование своей деятельности и деятельности фирмы
- организационно-управленческие принципы работы с малыми коллективами;

правила и порядок подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

- порядок реализации проектов и методы их реализации;
- методы создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, принципы внутренней и внешней эффективной коммуникации;
- порядок, приемы и принципы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;
- порядок подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
- порядок проведения маркетинговых исследований;
- приемы и методы организации и проведения социологических исследований;
- структуру и содержание аналитических справок, обзоров и прогнозов;
- сущность профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
- содержание рекламных кампаний и мероприятий;
- приемы, принципы и содержание труда в области рекламы как сфере профессиональной деятельности;
- содержание работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;
-
- приемы и методы подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

Уметь:

- использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;
- анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;
- использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;
- использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности;
- решать задачи межличностного и межкультурного взаимодействия;
- работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- самостоятельно организовывать свою деятельность и самостоятельно получать знания из доступных источников;
- использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;
- пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий;
- осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
- работать в отделах рекламы/связей с общественностью;
- писать рекламные сообщения и тексты для мероприятий по связям с общественностью, приемы литературного редактирования, копирайтинга;
- планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

- участвовать в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;
- организовывать и оперативно планировать свою деятельность и деятельность фирмы;
- организовывать работу малых коллективов;
- готовить проектную документацию (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
- реализовывать проекты;
- создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивать внутреннюю и внешнюю коммуникации;
- принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
- готовить к выпуску, производству и распространению рекламную продукцию, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
- проводить маркетинговые исследования;
- организовывать и проводить социологические исследования;
- составлять аналитические справки, обзоры и прогнозы;
- осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
- осуществлять под контролем рекламные кампании и мероприятия;
- реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;
- работать в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;
- осуществлять под контролем подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

Владеть:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;
- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;
- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;
- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности;
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различи;
- способностью к самоорганизации и самообразованию;
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;

- готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий;
- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
- знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественностью;
- базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, навыками литературного редактирования, копирайтинга;
- умением планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
- навыками управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществления оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оцениванию эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;
- навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;
- навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;
- навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт;
- навыками реализовывать проекты и методами их реализации;
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
- навыками организации и подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
- навыками проведения маркетинговых исследований;
- навыками организации и проведения социологическихисследований;
- навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;
- навыками осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
- навыками осуществления под контролем рекламных кампаний и мероприятий;
- навыками реализации знаний в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;
- навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;
- навыками осуществления под контролем подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.

4. Общая трудоемкость Государственной итоговой аттестации выпускников: защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты - 270 часов, 7,5 зачетных единиц.

5. Содержание ГИА: защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

С учетом основных требований к уровню подготовки, знаниям, умениям и навыкам, предъявляемых соответствующими Федеральными государственными образовательными стандартами высшего образования по специальности, определяющими назначение, профессиональный потенциал и квалификацию выпускников, совокупность, последовательность преподавания и содержание дисциплин и видов учебных занятий, предусмотренных соответствующими профессиональными программами и учебными планами, состав итогового экзамена по специальности должен различаться.

В соответствии с государственными требованиями к минимуму содержания и уровню подготовки по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (методическими материалами, рекомендуемыми базовыми вузами родственного профиля) в процедуру защиты ВКР включены следующие этапы.

1. Объявление председателя на заседании ГЭК о защите ВКР, сообщение темы ВКР, фамилии обучающегося, руководителя ВКР, представление слова обучающемуся.

2. Сообщение обучающегося, в котором в сжатой форме обосновывается актуальность темы исследования, его цели и задачи; излагаются результаты анализа, и дается оценка фактического состояния изучаемой проблемы, выявляются сильные и слабые стороны деятельности организации; даются рекомендации,предлагаются мероприятия по решению изучаемой проблемы, разработанные автором, намечаются пути использования вскрытых резервов, устранения недостатков в управленческой и экономической деятельности. Продолжительность сообщения обучающегося составляет10 минут.

3. Ответы обучающегося на вопросы членов ГЭК.

4. Выступления руководителя ВКР. При отсутствии руководителя ВКР отзыв руководителя ВКР зачитывает секретарь на заседании ГЭК.

5. Ответы обучающегося на замечания, приведенные в отзыве руководителя ВКР.

Защита ВКР является обязательной формой ГИА и проводится на открытом заседании ГЭК. Продолжительность защиты ВКР составляет, как правило, не более 30 минут. Результаты защиты ВКР объявляются в день ее проведения.Оценка по результатам защиты ВКР вносится в протокол заседания ГЭК по защите ВКР, зачетную книжку обучающегося и экзаменационную ведомость.

6.Составитель: д-р филол. наук, профессор А.В. Растягаев

Аннотация рабочей программы дисциплины
ФТД.В.01. «Подготовка и исполнение публичного выступления»

1. Цель освоения дисциплины: формирование коммуникативной компетентности обучающихся по созданию и публичному исполнению выступлений различных видов и жанров.

Задачи:

- знакомство с основными жанрами и принципами построения публичной речи;
- формирование общей речевой культуры и коммуникативных способностей обучающихся;

- овладение навыками ораторских приемов, позволяющихнаиболее эффективно воздействовать на слушателей, быть услышанным и понятым аудиторией.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к блоку ФТД и выходит за рамки учебного плана.

3. Требования к результатам освоениядисциплины:

Компетенции, формируемые в результате освоения данной дисциплины:

ДПК-1–способность к подготовке публичного выступления с учетом основных принципов его построения;

ДПК-2 – владение основными технологиями представления публичного выступления; внешней и внутренней техниками речевого воздействия.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен

знать:

- основные принципы построения публичного выступления (формулировка темы и цели, учет особенностей аудитории, особенности композиции и содержания текста);
- основные характеристики голоса, невербальных средств общения как основных элементов внешней техники; элементы внутренней техники (техника мышечной свободы, техника многоплоскостного внимания, техника заражения внутренними видениями – визуализация) и др.

уметь:

- выстраивать композицию публичного выступления;
- работать с текстом публичного выступления;
- использовать элементы внешней и внутренней техник речевого воздействия в практике публичных выступлений;

владеть:

- навыками грамотного формулирования темы и цели публичного выступления с учетом особенностей аудитории.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 часа).

5. Основные разделы дисциплины:

Публичное выступление как средство формирования коммуникативной компетентности педагога. Особенности построения публичной речи (информационная, убеждающая, протокольно-этикетная, развлекательная).

Учет особенностей аудитории (состав слушателей, уровень мотивации, уровень знакомства слушателей с предметом обсуждения, настрой аудитории и др).

Формулировка темы и цели публичного выступления

Формирование визуального образа оратора с учетом целевой аудитории.

Установление контакта с аудиторией и удержание внимания слушателей.

Изучение особенностей выступления перед негативно настроенной аудиторией.

Содержание и композиция публичного выступления.

Композиционное построение текстов публичных выступлений различных жанров.

Внешние и внутренние техники речевого воздействия.

Характеристика голоса как основного элемента внешней техники (интонация, мелодика, громкость, темп речи, паузы, интонационная разметка текста).

Элементы внутренней техники: техника мышечной свободы, техника многоплоскостного внимания, техника заражения внутренними видениями (визуализация) и др.

Структура визуального образа оратора: внешность, одежда, манеры, контакт со слушателями и др.

Невербальные средства общения.

Интерпретация телодвижений участников коммуникации.

Изучение особенностей выступления перед негативно настроенной аудиторией. Презентация публичного выступления.

6. Составитель: Дробинин Г.Д.– к.ф.н., старший преподаватель.

Аннотация рабочей программы дисциплины
ФТД.В.02. «Коммуникационный потенциал текста»

1. Цель освоения дисциплины: расширение и углубление языковедческой подготовки специалиста по связям с общественностью; обучение сознательному подходу к языковым фактам и использованию языковых средств в зависимости от конкретных условий речевого общения.

Задачи:

- знакомство с основными языковыми особенностями текстов различных стилей;
- формирование умения грамотно подбирать к каждому тексту стилистические уместные лексические единицы и синтаксические конструкции;
- овладение навыками правки текста с позиций точности, грамотности, простоты восприятия, усиления выразительности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к блоку ФТД и выходит за рамки учебного плана.

3. Требования к результатам освоениядисциплины:

Компетенции, формируемые в результате освоения данной дисциплины:

ДПК-1–способность к подготовке публичного выступления с учетом основных принципов его построения;

ДПК-2 – владение основными технологиями представления публичного выступления; внешней и внутренней техниками речевого воздействия.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен знать:

- теоретические основы стилистики и литературного редактирования;
- специфику текста как языковой единицы и как объекта литературного редактирования;
- основные приемы и принципы редакторской правки текста.

уметь:

- строить и редактировать тексты разных функциональных стилей.

владеть:

- навыками составления текстов различных функциональных стилей в соответствии с жанровыми требованиями, законами композиции, правилами русского языка;
- навыками использования богатого лексического запаса с учетом нюансов в значениях слов;
- навыками отбора стилистически адекватных языковых средств в зависимости от задачи составляемого текста;
- принципами редактирования текстов разных жанров с учетом принятой системы специальных редакторских терминов и знаков.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 часа).

5. Основные разделы дисциплины:

Функциональные стили современного русского языка.

Особенности устной публичной речи; язык и стиль массовой коммуникации.

Стилистические ресурсы лексики и фразеологии, морфологии и синтаксиса.

Лексическая стилистика. Работа редактора над лексикой рукописи.

Грамматическая стилистика. Редакторская оценка использования форм частей речи.

Грамматическая стилистика. Работа редактора над синтаксическими конструкциями.

Критерии редакторской оценки стилевой и эстетической сторон рукописи.

Методика редакторского анализа и правки текста.

Тропы и стилистические фигуры.

6. Составитель: Дробинин Г.Д.– к.ф.н., старший преподаватель.