

**Аннотации к рабочим программам
для студентов направления подготовки
«Реклама и связи с общественностью»
(прием 2016 года)**

АННОТАЦИЯ

дисциплины «История»

Трудоемкость: 4 зач. ед. (144ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

Сформировать у студентов комплексное представление о культурно-историческом своеобразии России, ее месте в мировой и европейской цивилизации; сформировать систематизированные знания об основных закономерностях и особенностях всемирно-исторического процесса, с акцентом на изучение истории России; введение в круг исторических проблем, связанных с областью будущей профессиональной деятельности, выработка навыков получения, анализа и обобщения исторической информации.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Учебная дисциплина является составной частью мировоззренческого образования в вузе и системе преподавания гуманитарных наук. Студент должен уметь работать с источниками, преобразовывать информацию в знание, знать основные этапы истории, опираясь на программу средней школы.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие следующих компетенций:

общекультурные:

- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- основные направления, проблемы, теории и методы истории (ОК-2, ОК-6);
- движущие силы и закономерности исторического процесса; место человека в историческом процессе, политической организации общества (ОК-2, ОК-6);
- различные подходы к оценке и периодизации всемирной и отечественной истории (ОК-2, ОК-6);
- основные этапы и ключевые события истории России и мира с древности до наших дней (ОК-2, ОК-6);
- выдающихся деятелей отечественной и всеобщей истории (ОК-2, ОК-6);
- важнейшие достижения культуры и системы ценностей, сформировавшиеся в ходе исторического развития (ОК-2, ОК-6);

уметь:

- логически мыслить, вести научные дискуссии (ОК-2, ОК-6);
- работать с разноплановыми источниками (ОК-2, ОК-6);
- осуществлять эффективный поиск информации и критики источников (ОК-2, ОК-6);
- получать, обрабатывать и сохранять источники информации (ОК-2, ОК-6);
- преобразовывать информацию в знание, осмысливать процессы, события и явления в России и мировом сообществе в их динамике и взаимосвязи, руководствуясь принципами научной объективности и историзма (ОК-2, ОК-6);
- формировать и аргументировано отстаивать собственную позицию по различным проблемам истории (ОК-2, ОК-6);

- соотносить общие исторические процессы и отдельные факты; выявлять существенные черты исторических процессов, явлений и событий (ОК-2, ОК-6);
 - извлекать уроки из исторических событий и на их основе принимать осознанные решения (ОК-2, ОК-6);
 - владеть:
 - представлениями о событиях российской и всемирной истории, основанными на принципе историзма (ОК-2, ОК-6);
 - навыками анализа исторических источников (ОК-2, ОК-6);
 - приемами ведения дискуссии и полемики (ОК-2, ОК-6).
- Разработчик: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, доц. кафедры отечественной и всеобщей истории Скворцова А.А.**

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Философия»

Трудоемкость: 3 зач. ед. (108ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

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, выработка навыков работы с оригинальными и адаптированными философскими текстами.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Данная учебная дисциплина входит в базовую часть раздела Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные у обучающихся в результате обучения в средней общеобразовательной школе по дисциплине «Обществознание».

Философия является методологической основой при изучении других дисциплин. Используются компетенции, сформированные у обучающихся в результате обучения в средней общеобразовательной школе по дисциплине «Обществознание».

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие следующих компетенций:

общекультурные:

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);

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

– основные направления, проблемы, теории и методы философии (ОК-1, ОК-2);

– содержание современных философских дискуссий по проблемам общественного развития (ОК-1, ОК-2);

уметь:

– формировать и аргументированно отстаивать собственную позицию по различным проблемам философии (ОК-1, ОК-2);

– использовать положения и категории философии для оценивания и анализа различных социально-культурных тенденций, фактов и явлений (ОК-1, ОК-2);

владеть:

– навыками восприятия и анализа текстов, имеющих философское содержание (ОК-1, ОК-2);

- приемами ведения дискуссии и полемики (ОК-1, ОК-2);
- навыками публичной речи и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения (ОК-1, ОК-2).

Разработчики:

ЧГПУ, заведующий кафедрой философии С.А. Михайлов; ЧГПУ, доцент кафедры философии Д.Н. Воробьев.

АННОТАЦИЯ

дисциплины – «Социология»

Трудоемкость дисциплины составляет 4 зач.ед. (144 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель данного курса – сформировать у студентов необходимые компетенции о теоретических концепциях отраслевых направлений и тенденциях изменения российского общества.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Данная учебная дисциплина входит в базовую часть раздела Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

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

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- научную теорию (ОК-2);
- объект и предмет социологии (ОК-2);
- теоретические и прикладные, аксиоматические и инструментальные компоненты социологического знания (ОК-2);

уметь:

• анализировать в общих чертах основные социальные (общественные) события в России и за рубежом (ОК-2);

• находить и использовать социологическую информацию для анализа тех проблем, которые могут возникнуть в профессиональной деятельности (ОК-2);

владеть:

- системой организации социологического исследования (ОК-2).

Разработчик: Моисеев А.Н., ЧГПУ.

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Политология»

Трудоемкость: 4 зач.ед. (144 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель данного курса – передача определенной суммы знаний о политике, выработке у студентов умений и навыков разбираться в хаосе политических действий и направлений, правильно ориентироваться в сложном лабиринте событий, активно и осознанно участвовать политической жизни, сделать свой выбор максимально свободно и компетентно, отстаивать и защищать свои права, реализовать личные и групповые интересы через представительные политические институты, терпимо относиться к инакомыслию, находить компромиссы и достигать согласия по ключевым вопросам.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Данная учебная дисциплина входит в базовую часть раздела Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующей компетенции:
общекультурные:

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

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

базовые ценности мировой культуры и опираться на них в своей профессиональной деятельности, личностном и общекультурном развитии (ОК-2);

уметь:

определять социальные, политические, экономические закономерности и тенденции (ОК-2);

владеть навыками:

применения ценностей мировой культуры в своей профессиональной деятельности, личностном и общекультурном развитии (ОК-2).

Разработчик: Савельев А. И., ЧГПУ.

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Безопасность жизнедеятельности»

Трудоемкость: 3 зач.ед. (108 ч.)

1. Цель дисциплины: вооружить будущих специалистов теоретическими знаниями и практическими навыками, необходимыми для решения следующих задач: 1) создание оптимального состояния среды обитания в зонах трудовой деятельности и отдыха человека; 2) распознавание и количественная оценка опасных и вредных факторов среды обитания естественного и антропогенного происхождения; 3) разработки и реализации мер защиты человека и среды обитания от негативных воздействий (опасностей); 4) проектирование и эксплуатация техники, технологических процессов и объектов народного хозяйства в соответствии с требованиями по безопасности и экологичности; 5) обеспечение устойчивости функционирования объектов народного хозяйства в штатных и чрезвычайных ситуациях; 6) прогнозирование развития и оценка последствий ЧС; 7) принятие решений по защите производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий и применение современных средств поражения, а также принятие мер по ликвидации их последствий.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Данная учебная дисциплина входит в базовую часть раздела Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

2.1. Дисциплина базируется на знаниях, полученных в школе при изучении дисциплины «Основы безопасности жизнедеятельности».

2.2. Изучение данной дисциплины необходимо обучающемуся для успешного освоения следующих дисциплин ОПОП ВО по данному направлению подготовки:

1. Физическая культура и спорт (ОК-7; ОК-8).

3. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины (модуля) направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

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

В результате изучения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

- теоретические основы обеспечения безопасности жизнедеятельности (ОК-9);
- нормативные уровни и последствия воздействий на человека вредных, травмирующих (поражающих) факторов, методы их идентификации и возможные средства и способы защиты от указанных факторов при их угрозе и возникновении (ОК-9);
- требования федеральных законов и иных законодательных и нормативных актов в области пожарной и радиационной безопасности, гражданской обороны, защиты населения и территорий, предупреждения и ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций, обусловленных авариями, катастрофами, экологическими и стихийными бедствиями, применением возможным противником современных средств (ОК-9);
- организационные основы осуществления мероприятий по защите населения от поражающих факторов природного, техногенного и военного характера в условиях мирного и военного времени (ОК-9);
- об организации Единой государственной системы предупреждения и ликвидации ЧС и гражданской обороны (ОК-9);
- об основных направлениях совершенствования и повышения эффективности защиты населения и его жизнеобеспечения в условиях ЧС мирного и военного времени (ОК-9);
- о передовом отечественном и зарубежном опыте в области защиты населения и территорий от ЧС природного, техногенного и военного характера (ОК-9).

Уметь:

- соблюдать необходимые меры безопасности в быту и повседневной трудовой деятельности (ОК-9);
- идентифицировать основные опасности среды обитания человека, оценивать риск их реализации, выбирать методы защиты от опасностей и способы обеспечения комфортных условий жизнедеятельности (ОК-9);
- пользоваться основными средствами контроля качества среды обитания (ОК-9);
- применять методы анализа взаимодействия человека и его деятельности со средой обитания (ОК-9);
- оказывать при необходимости первую помощь пострадавшим и содействие в проведении аварийно-спасательных и других неотложных работах при ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций (ЧС) (ОК-9).

Владеть:

- навыками обращения с приборами радиационной, химической разведки и дозиметрического контроля (ОК-9);
 - изготовления простейших средств индивидуальной защиты (ОК-9);
 - применения способов и технологий защиты в чрезвычайных ситуациях (ОК-9);
 - применения методов обеспечения безопасности среды (ОК-9);
- измерения уровней опасностей в окружающей среде, используя современную измерительную технику (ОК-9).

Разработчик: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, ст. преподаватель кафедры биологии и ОМЗ О.С. Индейкина.

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Иностранный язык»

Трудоемкость: 5 зач. ед. (180ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

Практическая цель - подготовка будущих специалистов к практическому использованию иностранного языка в профессиональной и личной деятельности.

Образовательная цель - расширение знаний студентов о стране изучаемого языка в области национальной культуры и экономики, расширение кругозора студента, совершенствование культуры его мышления, общения и речи.

Воспитательная цель - формирование у студентов уважительного отношения к духовным и материальным ценностям других стран и народов.

Развивающая цель - развитие восприятия, памяти, мышления, внимания, воображения.

Задачей данного курса является формирование у студентов иноязычной компетенции как основы межкультурного профессионального общения, формирование умения самостоятельно работать с иностранным языком.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Иностранный язык» является обязательным компонентом профессиональной подготовки бакалавриата. Дисциплина «Иностранный язык» базируется на знаниях, предусмотренных Госстандартом для общеобразовательной средней школы.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие следующих компетенций:

общекультурные:

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

В результате изучения дисциплины «Иностранный язык» студент должен:

Знать:

- иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности (ОК-5);

- основные значения изученных лексических единиц, обслуживающих ситуации иноязычного общения в социокультурной, деловой и профессиональной сферах деятельности, предусмотренной направлениями специальности (ОК-5);

- основные грамматические явления и структуры, используемые в устном и письменном общении (ОК-5);

- межкультурные различия, культурные традиции и реалии, культурное наследие своей страны и страны изучаемого языка (ОК-5);

- основные нормы социального поведения и речевой этикет, принятые в стране изучаемого языка (ОК-5);

Уметь:

- понимать информацию при чтении учебной, справочной, научной/культурологической литературы в соответствии с конкретной целью (ознакомительное, изучающее просмотровое, поисковое чтение) (ОК-5);

- сообщать информацию на основе прочитанного текста в форме подготовленного монологического высказывания (презентации по предложенной теме); развертывать предложенный тезис в виде иллюстрации, детализации, разъяснения (ОК-5);

- выражать коммуникативные намерения в связи с содержанием текста в предложенной ситуации (ОК-5);

- понимать монологические высказывания и различные виды диалога, как при непосредственном общении, так и в аудио/видеозаписи (ОК-5);

- соблюдать речевой этикет в ситуациях повседневного и делового общения (устанавливать и поддерживать контакты, завершить беседу, запрашивать и сообщать информацию, побуждать к действию, выражать согласие/несогласие с мнением собеседника, просьбу) (ОК-5);

- письменно фиксировать информацию, получаемую при чтении текста, прослушивании аудиозаписи, просмотре видеоматериала (ОК-5);

- письменно реализовывать коммуникативные намерения (запрос, предложение, побуждение к действию, выражение просьбы, не (согласие), отказ, извинение, благодарность) (ОК-5);

Владеть:

- умениями грамотно и эффективно пользоваться источниками информации (справочной

литературы, ресурсами Интернет) (ОК-5);

- навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении на иностранном языке (ОК-5);

- навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке по своей специальности (ОК-5);

- навыками, достаточными для повседневного и делового профессионального общения, последующего изучения и осмысления зарубежного опыта в профилирующей и смежной областях профессиональной деятельности, совместной производственной и научной работы (ОК-5).

Разработчик: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, доц. кафедры иностранных языков Варламова Е.Ю.

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Основы права»

Трудоемкость: 4 зач. ед. (144 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель изучения дисциплины – дать основные представления по основным отраслям российского права, сформировать необходимый уровень правосознания, развить навыки правильного ориентирования в системе законодательства.

Основными задачами дисциплины являются:

– осознание необходимости правового регулирования общественных отношений, как условия законности и правопорядка;

– ознакомление с важнейшими принципами правового регулирования, определяющими содержание норм российского права;

– накопление и систематизация правовых знаний;

– характеристика и подробный анализ основных отраслей российского права;

– выработка навыков юридического мышления; формирование умения ориентироваться в особенностях правового регулирования профессиональной сферы жизнедеятельности;

– развитие основ гражданско-правового менталитета; понимание сущности отношений собственности и нормативно-правового регулирования земельно-имущественных отношений.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Данная учебная дисциплина входит в базовую часть раздела Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

– понятие и признаки государства (ОК-4);

– форму отечественного государства (ОК-4);

– понятие и признаки права (ОК-4);

– понятие и признаки нормативного правового акта (ОК-4);

– понятие и виды источников права (ОК-4);

– понятие и структуры нормы права (ОК-4);

– состав правоотношений и правонарушений (ОК-4);

– юридические свойства Конституции Российской Федерации (ОК-4);

– основные права и обязанности человека и гражданина в Российской Федерации (ОК-4);

– основные источники, институты и понятия гражданского, трудового, семейного, административного, уголовного и экологического, социального, миграционного права (ОК-4);

Уметь:

- ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актов, регламентирующих сферу профессиональной деятельности (ОК-4);
- использовать правовые нормы в профессиональной и общественной деятельности (ОК-4);
- ориентироваться в правовом устройстве общества (ОК-4);
- ориентироваться в российском законодательстве (ОК-4);
- использовать нормы права для разрешения конкретных жизненных ситуаций (ОК-4);
- находить необходимые правовые акты (ОК-4).

Владеть:

- юридической терминологией (ОК-4);
- навыками уяснения и разъяснения норм права (ОК-4);
- навыками применения норм права (ОК-4).

Разработчик: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, ст. преп. кафедры коммуникационных технологий и менеджмента Малова Е.А.

АННОТАЦИЯ**дисциплины «Основы психологии»**

Трудоемкость: 4 зач. ед. (144 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины - ознакомление с основами теории и практики психологии и педагогики, приобщение студентов к элементам психологической и педагогической культуры как составляющей общей культуры будущего бакалавра и человека вообще, использование полученных знаний для познания себя и других, саморазвитие, личностного самосовершенствования в своей практической деятельности и жизненных ситуациях.

Основными задачами дисциплины являются:

- приобретение студентами знаний о природе психики, основных психических функциях и их физиологических механизмах, соотношении природных и социальных факторов в становлении психики;
- выработка умений адекватно воспринимать и оценивать особенности личности – ее направленность, характер, темперамент, способности, овладение приемами психической саморегуляции;
- понимание соотношения наследственности и социальной среды, роли и значения образования, обучения и воспитания в процессе формирования личности;
- расширение кругозора студентов, повышение их интеллектуального уровня, осознанный выбор способов воздействия на себя и на других в воспитательных целях в разнообразных жизненных ситуациях.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Данная учебная дисциплина входит в базовую часть раздела Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

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

профессиональные:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- что такое общая психология, каковы её функции и задачи (ОК-6, ПК-6);

- принципы науки психологии и их выражение в Общей психологии (ОК-6, ПК-6);
- психологические феномены, категории, методы изучения и описание закономерностей функционирования и развития психики с позиций, существующих подходов в отечественной науке (ОК-6, ПК-6);
- методологические особенности отечественной и зарубежной науки психологии (ОК-6, ПК-6);
- подходы и методы исследования психических процессов, состояний и свойств личности, генотипическое, фенотипическое, биологическое и социальное в индивидуальном развитии человека (ОК-6, ПК-6);
- как ставились и решались принципиальные методологические проблемы общей психологии в культурно-исторической парадигме Л.С. Выготского, деятельностном подходе, психоанализе, бихевиоризме и в гуманистической психологии (ОК-6, ПК-6).

Уметь:

- анализировать психологические теории возникновения и развития психики в процессе эволюции; прогнозировать изменения и динамику уровня развития и функционирования различных составляющих психику в норме и при психических отклонениях (ОК-6, ПК-6);
- осознавать методологические основы своей научно-исследовательской или практической работы (ОК-6, ПК-6);
- выбирать экспериментальные методы, адекватные целям своего исследования (ОК-6, ПК-6);
- пользоваться основными принципами психологии (активность, развитие, детерминизм, системность) (ОК-6, ПК-6).

Владеть:

- понятиями: предмет, объект науки, душа как предмет науки, методы исследования, культурно-историческая парадигма, деятельностный подход в психологии, возникновение и развитие психики в филогенезе, развитие сознания (ОК-6, ПК-6);
- категориями: психика, отражение, деятельность, сознание, бессознательное, образ, самосознание, индивид, субъект деятельности, личность, индивидуальность, ощущение, восприятие, внимание, память, эмоции, потребности, мотивация, психические состояния, мышление, интеллект, речь, общение, свойства, структура и типология личности (ОК-6, ПК-6);
- основными приёмами диагностики, профилактики, экспертизы, коррекции психологических процессов, различных видов деятельности индивидов и групп (ОК-6, ПК-6).

Разработчик: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, ст. преп. кафедры коммуникационных технологий и менеджмента Малова Е.А.

АННОТАЦИЯ

Дисциплины Психология потребления

Трудоемкость: 4 зач. ед. (144 ч.)

1. Цель и задачи освоения учебной дисциплины: расширение у студентов сферы научных знаний о психологической составляющей потребления; изучение психологических механизмов воздействия рекламы на потребителей; формирование умений и навыков эффективного взаимодействия с потенциальными потребителями с помощью рекламы.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Данная учебная дисциплина входит в базовую часть раздела Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие компетенций профессиональных:

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

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- основные понятия, составляющие содержание психологии рекламы и потребителя (ПК-3);

- основные подходы и классификации различных категорий потребителей (ПК-3);

уметь:

- применять психологические методы для изучения спроса и предпочтений потребителей (ПК-3);

владеть:

- способами обеспечения эффективности рекламной деятельности и качественного выполнения профессиональных задач (ПК-3).

АННОТАЦИЯ

Дисциплины Основы экономики

Трудоемкость: 5 зач.ед. (180 час.)

1. Цель дисциплины: формирование у студентов компетенций в сфере рыночной экономики, функционирования механизма спроса и предложения, производственной функции и издержек, основных рыночных структур, закономерностей экономики на макроуровне, в том числе основы национальной экономики, экономического роста и цикличности, безработицы и инфляции, государственного регулирования экономики и финансово-кредитной системы, международных экономических отношений и современного состояния экономики России.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Данная учебная дисциплина входит в базовую часть раздела Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

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

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные понятия, категории и основы развития микро- и макроэкономики (ОК-3);

- теории производственной функции и издержек (ОК-3);

- особенности различных рыночных структур (ОК-3);

- понятие стоимости, издержек и цен (ОК-3);

- основы формирования результатов предпринимательской деятельности, распределение прибыли (ОК-3);

- основы финансово-кредитной системы национальной экономики (ОК-3);

- причины, последствия цикличности экономического развития, инфляции и безработицы (ОК-3);

- основы государственного регулирования экономики и международной торговли (ОК-3);

Уметь:

- рассчитывать показатели производственных возможностей, эластичности рыночных условиях (ОК-3);

- оценивать уровень издержек и стоимости в конкретных экономических условиях (ОК-3);

- определять факторы развития фирм в различных рыночных структурах (ОК-3);

Владеть:

- навыками расчета и оценки экономических показателей на микро- и макроэкономическом уровне (ОК-3);

- навыками оценки рыночной конъюнктуры и факторов, влияющих на нее на микро- и макроэкономическом уровне (ОК-3).

Разработчики: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, кандидат экономических наук, доцент Белов Г.Л.

АННОТАЦИЯ

дисциплины Ценообразование на рынке рекламных услуг

Трудоемкость: 3 зач.ед. (108 ч.)

1. Цели изучения дисциплины - базовая подготовка студентов в области политики, методов, инструментов и механизмов ценообразования на рынке рекламных услуг.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Данная учебная дисциплина входит в базовую часть раздела Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

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

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- основные принципы, методы, формы, инструменты и эффективность рекламных услуг и технологий (ОК-3);

- типовую структуру затрат субъекта рекламного рынка (ОК-3);

- калькуляцию стоимости различных рекламных услуг (ОК-3);

- методологические основы планирования, формирования и управления ценой на рынке рекламных услуг (перспективные методы ценообразования, значение и степень влияния на процесс ценообразования внешних факторов на рынке рекламных услуг, механизмы управления ценовой политикой) (ОК-3);

- методы расчета цен на рекламные услуги (ОК-3).

уметь:

- использовать методы ценообразования в рекламной деятельности предприятия (ОК-3);

- ставить задачи и курировать формирование ценовой политики, внедрение ее форм и методов в деятельность предприятий (ОК-3);

- прогнозировать эффект от внедрения новых методов ценообразования (ОК-3);

- интегрировать ценовую политику в общий комплекс маркетинговой деятельности для повышения эффективности системной деятельности (ОК-3).

владеть:

- ценовыми методами и стратегиями для повышения эффективности деятельности предприятия на рынке рекламных услуг (ОК-3).

Разработчик: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, доцент кафедры экономики Николаева И.П.

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Основы теории коммуникации»

Трудоемкость: 4 зач. ед. (144 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

Цели: получить первоначальное представление о теории коммуникации как дисциплине, находящейся на пересечении гуманитарных и естественных наук, изучающей человека в его коммуникативном отношении к другим людям, обществу, самому себе, миру; о научных основах теории коммуникации; научиться применять полученные знания в процессе теоретической и практической деятельности с коммуникацией и текстом (сообщением).

Задачи:

- формирование знаний о научном содержании и практической актуализации социальной коммуникации, сути предмета теории коммуникации, его функций и средств, обуславливающих его выделение в самостоятельную научно-практическую коммуникативную систему;

- понимание зависимости коммуникационного процесса от изменений, происходящих в социально-экономической, политической жизни общества и научно-технических преобразований в мире.

- освоение новых форм коммуникационного пространства, отвечающих потребностям информационного общества.

- знание основных направлений прикладных исследований в современной теории коммуникации.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Основы теории коммуникации» входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
профессиональные:

- 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).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

основные теоретические подходы к коммуникации как социальному явлению, структуру, функции и важнейшие характеристики коммуникативного процесса, виды, средства, формы и методы коммуникации в рыночной среде (ПК-1).

Уметь:

- логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ПК-1).

Владеть:

способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований (ПК-1).

Разработчик: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, доцент кафедры коммуникационных технологий и менеджмента Васильева Л.Г

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Теория и практика массовой информации»

Трудоемкость: 6 зач. ед. (216 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель: дать необходимый минимум теоретических знаний о системе массовой информации и её функционировании, привить практические навыки в сфере журналистского творчества.

Задачи:

- познакомить с основами теории журналистики;
- проанализировать важнейшие факторы, влияющие на положение СМИ в обществе,
- показать роль и место массовой информации в системе современной коммуникации, практике связей с общественностью.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП ВО бакалавриата

Учебная дисциплина «Теория и практика массовой информации» входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
общефессиональные:

- 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);

профессиональные:

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

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать:

- общие сведения о теории и практике массовой информации, понятийный аппарат (ОПК-6, ПК-6);

- содержание коммуникативного процесса и его составляющие (ОПК-6, ПК-6);

- специфику функций отдельных средств массовой информации, виды массовой информации, основополагающие понятия (ОПК-6, ПК-6).

уметь:

- использовать полученные знания для выстраивания эффективного процесса коммуникации (ОПК-6, ПК-6);

- оценивать отбор носителей информации, выполнить оценку эффективности СМИ (ОПК-6, ПК-6).

владеть:

- основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации (ОПК-6, ПК-6);

- знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах (ОПК-6, ПК-6).

Разработчик: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, доцент кафедры коммуникационных технологий и менеджмента Степанова С.Е.

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Теория и практика рекламы»

Трудоемкость: 6 зач. ед. (216 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель: ознакомить студентов с миром рекламы, с теорией и практикой рекламного бизнеса; научить их применять полученные знания в практической деятельности по организации, планированию и осуществлению рекламной деятельности.

Задачи: изучение теоретико-методологических основ рекламной деятельности, основных форм и видов рекламной деятельности, а также вопросов ее регулирования.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Учебная дисциплина «Теория и практика рекламы» входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
общефессиональные:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связях с общественностью в различных структурах (ОПК-1);

профессиональные:

- 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 освоения дисциплины студент должен:

знать:

цели, задачи и стратегии рекламы, ее функции и место в обществе (ОПК-1, ПК-8);

уметь:

осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ОПК-1, ПК-8);

владеть:

навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве (ОПК-1, ПК-8).

Разработчик: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, доцент кафедры коммуникационных технологий и менеджмента Антипова Е.А.

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Основы связей с общественностью»

Трудоемкость: 7 зач. ед. (252 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

- освоение основных профессиональных терминов и понятий в сфере PR;
- ознакомление с основными историческими этапами становления и развития PR в России и в мире, современного состояния отечественного и мирового рынка PR;
- овладение теоретическими знаниями и практическими навыками в основных направлениях PR-деятельности;
- овладение теорией и практикой управления PR-деятельностью, механизмом принятия стратегических решений;
- овладение теорией и практикой исследований в PR;

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Учебная дисциплина «Основы связей с общественностью» входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общепрофессиональные:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);

профессиональные:

- 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).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные профессиональные термины и понятия (ОПК-1, ПК-1);
- основные организационные структуры в PR-деятельности (ОПК-1, ПК-1);
- виды документов в PR (ОПК-1, ПК-1);
- виды коммуникации во взаимоотношениях с персоналом (ОПК-1, ПК-1);
- исследования в области связей с общественностью (ОПК-1, ПК-1).

Уметь:

- проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ОПК-1, ПК-1);

- собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы (ОПК-1, ПК-1);
- подготовить, организовать и провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения; осуществить обработку и подготовку данных для анализа (ОПК-1, ПК-1).

Владеть:

- навыками подготовки, организации и проведении анкетирования и опросов мнения потребителей и общественного мнения (ОПК-1, ПК-1);
- навыками обработки и подготовки данных для анализа (ОПК-1, ПК-1).

Разработчик: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, доцент кафедры коммуникационных технологий и менеджмента Антипова Е.А.

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Основы теории управления»

Трудоемкость: 4 зач. ед. (144 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель изучения дисциплины - дать полное представление о сущности и необходимости управления в организации, об условиях и предпосылках возникновения науки управления, об организации как объекте управления, внешней и внутренней среде организации, о системе управления, о целях и функциях управления, о процессе и методах управления, о структуре управления организацией, о стратегическом управлении, о функциональных областях управления (инновационное управление, финансовый менеджмент, инвестиционный менеджмент, управление персоналом, управление качеством, управление производством) и др.

Задачами изучения дисциплины являются:

- ознакомление с теоретическими и методологическими аспектами управления организацией;
- формирование у студента навыков управленческой деятельности;
- изучение основных функций управления;
- дать представление об организации как об объекте управления;
- ознакомление с методами планирования, организации, мотивации и контроля.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «**Основы теории управления**» входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: профессиональные:

- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- теоретические основы и закономерности развития управления (ПК-2, ПК-3);
- методологию и принципы управления организацией (ПК-2, ПК-3);
- основные функции управления (ПК-2, ПК-3);
- принципы принятия и реализации управленческих решений (ПК-2, ПК-3);
- методы повышения эффективности деятельности руководителя (ПК-2, ПК-3).

уметь:

- выявлять проблемы управленческого характера при анализе конкретных систем (ПК-2, ПК-3);

- систематизировать и обобщать полученную управленческую информацию (ПК-2, ПК-3);
- использовать основные и специальные методы управления (ПК-2, ПК-3);
- разрабатывать и обосновывать варианты эффективных управленческих решений (ПК-2, ПК-3);
- разрабатывать и совершенствовать организационную структуру управления (ПК-2, ПК-3);
- формировать управленческую команду (ПК-2, ПК-3).

владеть:

- навыками управленческой деятельности (ПК-2, ПК-3);
- набором знаний и установленных правил для формирования эффективной системы управления организацией (ПК-2, ПК-3);
- способами реализации основных функций менеджмента (ПК-2, ПК-3);
- способами организации деятельности коллектива (ПК-2, ПК-3);
- методами принятия и реализации управленческих решений (ПК-2, ПК-3).

Разработчик: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, доцент кафедры коммуникационных технологий и менеджмента Петрова С.В.

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Правовое регулирование информационной рекламной деятельности»

Трудоемкость дисциплины – 3 зач.ед. (108 час.)

1. Цель изучения дисциплины - формирование теоретических знаний и умений, а также практических навыков бакалавров в области правового регулирования отношений в информационно-рекламной деятельности.

Задачами изучения дисциплины являются:

- изучить основные принципы регулирования вопросов свободы слова, информации и печати; ограничения на оборот информации, её конфиденциальность, государственная тайна, нормы, институты и судебные дела в сфере деятельности средств массовой информации в РФ;
- познакомиться с основными положениями действующего законодательства, регулирующего деятельность средств массовой информации.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

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

профессиональные:

- 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).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- международные законодательные акты и федеральные законы РФ, механизмы их применения в рекламе, журналистике и связях с общественностью, их особенности, процедуры, тенденции (ОК-4, ПК-1);
- права и обязанности всех участников профессиональной деятельности в средствах массовой информации (ОК-4, ПК-1);

- ответственность за нарушения законодательства (ОК-4, ПК-1);
- сложившуюся и формирующуюся судебную практику: отечественную и Европейского суда по правам человека (ОК-4, ПК-1);

уметь:

- применять положения Международных законодательных актов и Федеральных законов РФ (ОК-4, ПК-1);
- использовать механизмы применения нормативно-правовых документов в рекламе, журналистике и связях с общественностью (ОК-4, ПК-1);

владеть:

- навыками практического использования законодательных механизмов регулирования рекламно-информационной деятельности средств массовой информации (ОК-4, ПК-1).

Разработчик: Ильина Е.А., доцент кафедры ком.техн. и мен. ЧГПУ им. И.Я.Яковлева.

АННОТАЦИЯ

Дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью»

Трудоемкость: 3 зач. ед. (108 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель: получение теоретических знаний о принципах построения отдела рекламы и СО в организации и практических навыков в решении задач стратегического и оперативного управления отделом, проектирования систем управления, разработки организационно-распорядительных документов, анализа эффективности деятельности отдела.

Задачи:

- изучение организационных основ деятельности отдела рекламы и СО;
- изучение роли и функций отдела в системе менеджмента организации;
- изучение задач и принципов функционирования отдела рекламы и СО;
- планирование работы отдела и составление бюджета;
- изучение практических особенностей функционирования отделов рекламы и СО в современных организациях.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВПО

Дисциплина «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью» входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общефессиональные:

- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и в отделах связей с общественностью (ОПК-2);

профессиональные:

- 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).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

организационную структуру предприятия; роль и функции отдела рекламы и связи с общественностью в организации (ОПК-2, ПК-1);

специфику взаимодействия отдела с другими подразделениями организации основные принципы формирования корпоративной культуры и взаимодействия с персоналом (ОПК-2, ПК-1);

практические особенности функционирования отделов рекламы и связей с общественностью в современных организациях (ОПК-2, ПК-1).

Уметь:

находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность, оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях (ОПК-2, ПК-1);

вырабатывать нестандартные решения, принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации (ОПК-2, ПК-1);

осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью (ОПК-2, ПК-1).

Владеть:

навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве (ОПК-2, ПК-1);

навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ОПК-2, ПК-1);

навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ОПК-2, ПК-1).

Разработчик: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, доцент кафедры коммуникационных технологий и менеджмента Васильева Л.Г.

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Организация и планирование рекламной кампании»

Трудоемкость: 6 зач. ед. (216 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель: ознакомить студентов с современными принципами организации работы агентства рекламы.

Задачи: рассмотреть следующие основные составляющие теории практики планирования рекламной кампании: специфика и структура рекламного рынка, участники рекламного рынка, понятие и типология рекламных кампаний, этапы рекламной кампании, планирование бюджета, медиапланирование, рекламная стратегия, оценка эффективности рекламной кампании.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Учебная дисциплина «Организация и планирование рекламных кампаний» входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общефессиональные:

- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и в отделах связей с общественностью (ОПК-2);

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

профессиональные:

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

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

последние тенденции развития технологий проведения рекламных кампаний; особенности работы по проектам; принципы работы со СМИ в информационной среде (ОПК-2, ОПК-4, ПК-7).

Уметь:

планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2, ОПК-4, ПК-7).

Владеть:

способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований (ОПК-2, ОПК-4, ПК-7).

Разработчик: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, профессор кафедры коммуникационных технологий и менеджмента Субботина М.В.

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью»

Трудоемкость: 4 зач. ед. (144 ч.)

1. Цель дисциплины: формирование у бакалавров общих представлений об основных понятиях информатики, информационных технологий, сферах их применения, перспективах развития, способах функционирования и использования информационных технологий, ознакомление бакалавров с программным обеспечением (на основе современных принципов его построения и использования), а также приобретение навыков работы в конкретных информационных средах.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью» входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: общепрофессиональные:

- 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);

профессиональные:

- 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 бакалавр должен:

Знать:

– основные понятия, методы и приемы информатики, компьютерных технологий (ОПК-6, ПК-8);

Уметь:

– использовать в профессиональной деятельности возможности вычислительной техники и программного обеспечения (ОПК-6, ПК-8);

– создавать базы данных (ОПК-6, ПК-8);

– использовать ресурсы Интернет (ОПК-6, ПК-8);

Владеть:

– средствами компьютерной графики (ввод, вывод, отображение, преобразование и редактирование графических объектов на персональной электронно-вычислительной машине (ПЭВМ) (ОПК-6, ПК-8);

– основными методами работы на ПЭВМ с прикладными программными средствами (ОПК-6, ПК-8);

– навыками составления статистических отчетов (ОПК-6, ПК-8);

– навыками работы в компьютерной сети Интернет (ОПК-6, ПК-8).

Разработчики:

ЧГПУ, преподаватель кафедры информационных технологий Е. Т. Яруськина
ЧГПУ, старший преподаватель кафедры информационных технологий Н. Р. Алексеева

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Компьютерная графика в рекламе и связях с общественностью»

Трудоемкость: 8 зач. ед. (288 ч.)

1. Цели изучения дисциплины – получение теоретических знаний и практических навыков в области дизайна, способствующих развитию творческой личности. Обучение технике и методам использования графического программного обеспечения, умению раскрывать художественный замысел средствами компьютерной графики, ориентация студентов в компьютерных программах и умение грамотно выполнять задачу с точки зрения дизайна

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общефессиональные:

- 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);

профессиональные:

- 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 студент должен:

знать:

основы современных графических программ (ОПК-6, ПК-8);

уметь:

- раскрывать художественный замысел средствами компьютерной графики (ОПК-6, ПК-8);

- участвовать в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации (ОПК-6, ПК-8);

- организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ОПК-6, ПК-8);

владеть:

- основами проектирования в прикладных графических программах, техникой и методами использования графического программного обеспечения (ОПК-6, ПК-8);

- основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией (ОПК-6, ПК-8).

Разработчики:

ЧГПУ, преподаватель кафедры информационных технологий Е. Т. Яруськина

ЧГПУ, старший преподаватель кафедры информационных технологий Н. Р. Алексеева

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Основы колористики и художественного проектирования»

Трудоемкость: 8 зач. ед. (288 ч.)

1. Цели изучения дисциплины – подготовка квалифицированных специалистов в области рекламы и связей с общественностью, умеющих определять специфику, сущность и

взаимосвязи элементов визуальной рекламы и особенности воздействия на зрителя рекламно-информационных средств.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: профессиональных:

- 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 студент должен:

знать:

- основные категории и проблемы учения о цвете (ПК-8);

- основные законы колористики и цветоведения (ПК-8);

- научные основы цветоведения (ПК-8);

- психологические основы цвета (ПК-8);

- методы организации творческого процесса по подбору колорита рекламной продукции (ПК-8);

- технологию составления целостной колористической гаммы (ПК-8).

уметь:

- дать эстетическую оценку цвета (ПК-8);

- проектировать цветной колорит рекламного продукта для определенного заказчика (ПК-8);

- реализовывать художественный замысел в подборе колорита рекламы (ПК-8).

владеть:

- навыками составления колористической гармонии (ПК-8);

- навыками рекламно-информационной деятельности (ПК-8);

- способностью организовать подготовку к выпуску рекламной продукции (ПК-8).

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Разработка и технология производства рекламного продукта»

Трудоемкость: 6 зач. ед. (216 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель: дать представление о создании рекламного продукта, а также сформировать у студентов теоретический фундамент и выработать комплекс навыков для разработки творческой концепции рекламного продукта, содержания рекламных обращений с их вербальными и визуальными составляющими и их художественного воплощения. Более того, студентам будет необходимо овладеть навыками экспертной оценки своего и чужого рекламного продукта.

Задачи:

- сформировать у студентов представление об этапах, принципах и методах разработки рекламного продукта;

- ознакомить с функциями креаторов, дизайнеров, копирайтеров в рекламном агентстве;

- овладеть навыками разработки рекламного продукта в печатных и электронных СМИ.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Учебная дисциплина «Разработка и технологии производства рекламного продукта» входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

профессиональных:

- 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 освоения дисциплины студент должен:

Знать:

• технологии пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных учреждений и органов, их позиционирование в рыночной среде (ПК-8).

Уметь:

- разрабатывать, готовить к выпуску, производить и распространять рекламную продукцию, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);

- участвовать 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 (ПК-8);

- применять полученные знания и навыки как в теоретических исследованиях, так и в практических областях профессиональной работы (ПК-8).

Владеть:

- основными методами и приемами сбора информации и анализа документов (ПК-8);

- методами сбора и систематизации научно-практической информации по теме исследований в области рекламы и связей с общественностью (ПК-8);

навыками организации информационной работы и специальных событий (ПК-8).

Разработчик: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, доцент кафедры коммуникационных технологий и менеджмента Васильева Л.Г.

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Русский язык и культура речи»

Трудоемкость: 5 зач. ед. (180 ч.)

1. Цели изучения дисциплины – дать представление о важнейших понятиях учения о культуре речи; сформировать представление о системе литературных норм и коммуникативных качеств речи; повысить уровень практического владения современным русским литературным языком в разных сферах его функционирования; расширить общегуманитарный кругозор, опирающийся на владение богатым коммуникативным, познавательным и эстетическим потенциалом русского языка; воспитывать культуру общения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Данная учебная дисциплина входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

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

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- нормы литературного языка и их варианты (ОК-5);

- функциональные стили речи с одновременным расширением знаний о стилях, их признаках, правилах их использования (ОК-5);

уметь:

применять полученные знания и умения в практической деятельности: говорить и писать правильно, т.е. с соблюдением всех норм современного русского литературного языка (ОК-5);

- говорить и писать точно, логично, ясно, образно, выразительно и т.д., т.е. с соблюдением норм хорошей речи (ОК-5);

владеть:

- языком и стилем публицистического, официально-делового и, главным образом, научного стилей: научного выступления, доклада, реферата, курсовой и дипломной работы и т.п. (ОК-5);

- навыками владения правилами и нормами делового этикета (ОК-5);

- навыками моделирования речевой ситуации по определенной теме с использованием заданной лексики; навыками работы с лингвистическими и специальными словарями (ОК-5).

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Стилистика и литературное редактирование»

Трудоемкость: 5 зач. ед. (180 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель: формирование гармоничной личности, свободно владеющей нормами речевой культуры; развитие у студентов коммуникативных способностей.

Задачи:

- изложение основ теоретической стилистики; формирование понимания важности литературной нормы;

- формирование навыков и умений оценивать и правильно употреблять языковые средства в речи в соответствии с конкретным функциональным стилем, в зависимости от содержания высказывания, целей, которые ставит перед собой говорящий (пишущий), ситуации и сферы общения;

- научение приемам стилистического анализа и литературного редактирования текста;

- развитие стилистического чутья.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Учебная дисциплина «Стилистика и литературное редактирование» входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

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

общепрофессиональные:

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

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

основные понятия и категории стилистики как науки (ОК-5, ОПК-3);

функциональный потенциал стилистических ресурсов фонетики, лексики, фразеологии, словообразования, морфологии и синтаксиса русского языка (ОК-5, ОПК-3);

уметь:

создавать речевые произведения с учетом особенностей ситуации общения (ОК-5, ОПК-3);

владеть:

основными приемами информационной переработки текста, создания различных типов текстов, доработки и обработки (корректурa, редактирование и т.п.) различных типов текстов (ОК-5, ОПК-3).

Разработчик: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, профессор кафедры коммуникационных технологий и менеджмента Субботина М.В.

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью»

Трудоемкость: 4 зач. ед. (144 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Целью преподавания курса является подготовка специалиста, знакомого с теорией копирайтинга и владеющего первичными практическими навыками работы с текстами коммерческих коммуникаций, а именно навыков сбора информации, разработки темы, написания различных видов рекламных текстов и текстов внутреннего сопровождения рекламной кампании.

Задачи:

- дать представление о сущности копирайтинга, его месте и роли в системе рекламного бизнеса;
- определить основные категории, понятия, термины, которыми оперируют профессиональные копирайтеры;
- познакомить с основными формами и типами рекламных текстов, законами их составления;
- научить анализировать рекламные тексты, появляющиеся в местных средствах массовой информации;
- сформировать навыки критического анализа рекламных компаний, проходящих в регионе и научить особо выделять в них работу копирайтеров, ее сильные и слабые стороны;

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Данная учебная дисциплина входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: общепрофессиональные:

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

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- базовые понятия, характеристики и профессиональные термины, используемые в рамках дисциплины (ОПК-3);
- систему документов в области связей с общественностью и рекламе (ОПК-3);
- структуру составления и область применения созданных текстов (ОПК-3);

уметь:

- ориентироваться в системе документов publicrelations, в их функциональном назначении (ОПК-3);
- применять полученные теоретические знания в процессе составления различных документов и рекламных сообщений (ОПК-3);
- самостоятельно обрабатывать и анализировать полученную информацию в формах различных документов, а также творчески применять различные методы составления многочисленных документов и рекламных текстов (ОПК-3);

владеть:

- основами речи, знать ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения (ОПК-3);

- базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламе (ОПК-3);
- навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3).

Разработчик: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, профессор кафедры коммуникационных технологий и менеджмента Субботина М.В.

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Имиджелогия»

Трудоемкость: 3 зач. ед. (108 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель: приобретение студентами знаний теоретических основ, основных механизмов и методов формирования имиджа, а также навыков и умений их эффективного использования в процессе профессиональной деятельности выпускников.

Задачи:

- ознакомление с основными подходами к проблеме имиджа, функциям, методам и принципам формирования имиджа;
- определение роли имиджа в структуре государственного муниципального управления.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Данная учебная дисциплина входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

профессиональные:

- 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).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- сущность имиджа, его составляющие и роль в различных сферах общественных отношений (ПК-1).

Уметь:

- осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики (ПК-1).

Владеть:

- способностью организовать и провести рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке (ПК-1);
- осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных (ПК-1).

Разработчик: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, доцент кафедры коммуникационных технологий и менеджмента Васильева Л.Г.

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью»

Трудоемкость: 5 зач. ед. (180 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель: ознакомить студентов с современными принципами организации работы агентства рекламы.

Задачи: рассмотреть следующие основные составляющие теории практики планирования рекламной кампании: специфика и структура рекламного рынка, участники рекламного рынка, понятие и типология рекламных кампаний, этапы рекламной кампании, планирование бюджета, медиапланирование, рекламная стратегия, оценка эффективности рекламной кампании.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Данная учебная дисциплина входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
обще профессиональные:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связях с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5).

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- последние тенденции развития технологий проведения рекламных кампаний; особенности работы по проектам; принципы работы со СМИ в информационной среде (ОПК-1, ОПК-4, ОПК-5).

Уметь:

- планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-1, ОПК-4, ОПК-5).

Владеть:

- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований (ОПК-1, ОПК-4, ОПК-5).

Разработчик: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, профессор кафедры коммуникационных технологий и менеджмента Субботина М.В.

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Теория и практика брендинга»

Трудоемкость: 4 зач. ед. (144 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель: обучение основным знаниям и навыкам профессиональной работы в сфере брендинга, формирование у студентов научных представлений о бренде и его потребителе, а также практических навыков создания бренда.

Задачи: рассмотреть основания понятия бренда, осмыслить отличие бренда от торговой марки; проанализировать элементы бренда; выяснить технологии создания бренда; проанализировать возможные способы управления брендом; рассмотреть способы оценки бренда; познакомить с историей возникновения и особенностями развития современных брендов.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Данная учебная дисциплина входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
профессиональные:

- 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).

- 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 освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- историю брендинга, основные понятия бренда и брендинга, виды брендов, маркетинг бренда и философию брендинга (ПК-1, ПК-8).

Уметь:

- планировать и организовывать деятельность по построению бренда и ребрендингу; осуществлять позиционирование и эмоциональное ТМ (ПК-1, ПК-8);

- моделировать фирменный стиль компании/товара (ПК-1, ПК-8).

Владеть:

- базовыми навыками бренд-менеджмента (ПК-1, ПК-8)

Разработчик: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, доцент кафедры коммуникационных технологий и менеджмента Васильева Л.Г.

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Физическая культура и спорт»

Трудоемкость: 2 з.е. (72 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины (модуля):

Цель - формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической и подготовки и самоподготовки к будущей профессиональной деятельности.

Задачи:

- понимание социальной роли физической культуры в развитии личности и подготовке ее профессиональной деятельности;

- знание научно-биологических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;

- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое самосовершенствование и самовоспитание, потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями и спортом.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Данная учебная дисциплина входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Общекультурные:

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

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

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основы физической культуры и здорового образа жизни (ОК-7, ОК-8);

- методы правильного физического воспитания и укрепления здоровья с помощью физических упражнений (ОК-7, ОК-8).

Уметь:

- использовать методы физического воспитания для достижения должного уровня физической подготовки для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-7, ОК-8);
- понимать роль физической культуры в развитии человека и подготовке специалиста, развивать и совершенствовать психофизические способности и качества (ОК-7, ОК-8);
- использовать физкультурно-спортивную деятельность для повышения своих функциональных и двигательных возможностей, для достижения личных жизненных и профессиональных целей (ОК-7, ОК-8).

Владеть:

- системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья (ОК-7, ОК-8);
- методиками самооценки работоспособности, усталости и применения средств физкультуры (ОК-7, ОК-8);
- основами методики самомассажа (ОК-7, ОК-8).

Разработчик: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, доцент кафедры физического воспитания Суриков А. А.

АННОТАЦИЯ**Дисциплины «Введение в специальность»**

Трудоемкость: 2 зач. ед. (72 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель: формирование у студентов начальных знаний и базовых представлений, которые помогли бы им на протяжении всего курса обучения ориентироваться в области профессиональной деятельности «реклама и связи с общественностью».

Задачи:

- познакомить с категориальным аппаратом и основными дефинициями специальности;
- получение системного представления об истории рекламы и PR, основных персоналиях, организациях, кампаниях, сыгравших выдающуюся роль в становлении этой области профессиональной деятельности;
- получение системного представления о современном состоянии отрасли «Реклама и связи с общественностью»; формирование базовых представлений об этике профессиональной деятельности в данной отрасли.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Данная учебная дисциплина входит в вариативную часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общепрофессиональные:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связях с общественностью в различных структурах (ОПК-1).

Знать:

- цели и задачи профессиональной деятельности; ключевые понятия; базовые технологии; основные сведения по истории рекламы и PR; особенности современного этапа развития этой области профессиональной деятельности (ОПК-1).

Уметь:

- выделять рекламные и PR-материалы в общем информационном потоке; анализировать рекламные и PR-кампании на предмет их соответствия основным этическим нормам рекламной и PR-деятельности; определять соответствие аудитории и канала коммуникации (ОПК-1).

Владеть:

- рефлексировать профессиональную деятельность в сфере рекламы и PR; классифицировать рекламные и PR-материалы по видам, типам, технологиям создания; классифицировать рекламные и PR-материалы по отдельным историческим этапам становления отрасли; анализировать визуальную и вербальную часть рекламы; соотносить рекламные и PR-материалы с определённым хронотопом, применения новых медиа в PR и рекламных целях (ОПК-1).

Разработчик: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, доцент кафедры коммуникационных технологий и менеджмента Степанова С.Е.

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Связи с общественностью в органах власти»

Трудоемкость: 3 зач. ед. (108 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины: получение теоретических знаний о принципах построения отдела рекламы и СО в организации и практических навыков в решении задач стратегического и оперативного управления отделом, проектирования систем управления, разработки организационно-распорядительных документов, анализа эффективности деятельности отдела.

Задачи дисциплины:

- изучение организационных основ деятельности отдела рекламы и СО,
- изучение роли и функций отдела в системе менеджмента организации,
- изучение задач и принципов функционирования отдела рекламы и СО,
- изучение практических особенностей функционирования отделов рекламы и СО в современных организациях.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Данная учебная дисциплина входит в вариативную часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общепрофессиональные:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связях с общественностью в различных структурах (ОПК-1);

профессиональные:

- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- организационную структуру предприятия; роль и функции отдела рекламы и СО в организации (ОПК-1, ПК-2).

Уметь:

- принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с обществе (ОПК-1, ПК-2).

Владеть:

- навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ОПК-1, ПК-2).

Разработчик: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, доцент кафедры коммуникационных технологий и менеджмента Степанова С.Е.

АННОТАЦИЯ

Дисциплины «Иностранный язык в профессиональной сфере»

Трудоемкость: 11 зач. ед. (396 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

Практическая цель - подготовка будущих специалистов к практическому использованию иностранного языка в профессиональной и личной деятельности.

Задачей данного курса является формирование у студентов иноязычной компетенции как основы межкультурного профессионального общения, формирование умения самостоятельно работать с иностранным языком.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Данная учебная дисциплина входит в вариативную часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие следующих компетенций:

общекультурные:

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

профессиональные:

- 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 студент должен:

Знать:

- иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности (ОК-5, ПК-8);

- основные значения изученных лексических единиц, обслуживающих ситуации иноязычного общения в социокультурной, деловой и профессиональной сферах деятельности, предусмотренной направлениями специальности (ОК-5, ПК-8);

- основные грамматические явления и структуры, используемые в устном и письменном общении (ОК-5, ПК-8);

- межкультурные различия, культурные традиции и реалии, культурное наследие своей страны и страны изучаемого языка (ОК-5, ПК-8);

- основные нормы социального поведения и речевой этикет, принятые в стране изучаемого языка (ОК-5, ПК-8);

Уметь:

- понимать информацию при чтении учебной, справочной, научной/культурологической литературы в соответствии с конкретной целью (ознакомительное, изучающее просмотровое, поисковое чтение) (ОК-5, ПК-8);

- сообщать информацию на основе прочитанного текста в форме подготовленного монологического высказывания (презентации по предложенной теме); развертывать предложенный тезис в виде иллюстрации, детализации, разъяснения (ОК-5, ПК-8);

- выражать коммуникативные намерения в связи с содержанием текста в предложенной ситуации (ОК-5, ПК-8);

- понимать монологические высказывания и различные виды диалога, как при непосредственном общении, так и в аудио/видеозаписи (ОК-5, ПК-8);

- соблюдать речевой этикет в ситуациях повседневного и делового общения (устанавливать и поддерживать контакты, завершить беседу, запрашивать и сообщать информацию, побуждать к действию, выражать согласие/несогласие с мнением собеседника, просьбу) (ОК-5, ПК-8);

- письменно фиксировать информацию, получаемую при чтении текста, прослушивании аудиозаписи, просмотре видеоматериала (ОК-5, ПК-8);

-письменно реализовывать коммуникативные намерения (запрос, предложение, побуждение к действию, выражение просьбы, не (согласие), отказ, извинение, благодарность) (ОК-5, ПК-8);

Владеть:

- умениями грамотно и эффективно пользоваться источниками информации (справочной литературы, ресурсами Интернет) (ОК-5, ПК-8);

- навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении на иностранном языке (ОК-5, ПК-8);

- навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке по своей специальности (ОК-5, ПК-8);

- навыками, достаточными для повседневного и делового профессионального общения, последующего изучения и осмысления зарубежного опыта в профилирующей и смежной областях профессиональной деятельности, совместной производственной и научной работы (ОК-5, ПК-8).

Разработчик: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, доц. кафедры иностранных языков Варламова Е.Ю.

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Основы государственного и муниципального управления»

Трудоемкость: 4 зач. ед. (144 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины — сформировать у студентов представление о государственном и муниципальном управлении как формах публичного управления; дать знания об объектах, субъектах и методах государственного и муниципального управления.

Задачи дисциплины:

- определить место и роль государственной власти и местного самоуправления в политической системе общества;

- ознакомиться с правовыми основами государственной власти и местного самоуправления;

- изучить территориальные и организационные основы государственной власти и местного самоуправления;

- изучить компетенцию федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления;

- сформировать знания об объектах и субъектах государственного и муниципального управления;

- освоить основные методы государственного и муниципального управления;

- выработать навыки применения теоретического инструментария к решению практических задач государственного и муниципального управления.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Данная учебная дисциплина входит в вариативную часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общефессиональные:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связях с общественностью в различных структурах (ОПК-1);

профессиональные:

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

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- существующие концепции и идеи в области государственного и муниципального управления (ОПК-1, ПК-6);
- основные политические и социально-экономические институты, влияющие на принятие и исполнение управленческих решений (ОПК-1, ПК-6);
- специфику и задачи административно-управленческой деятельности, основные показатели и критерии ее эффективности (ОПК-1, ПК-6);
- структуру и механизм функционирования органов государственной и муниципальной власти в России (ОПК-1, ПК-6).

Уметь:

- разбираться системе и структуре органов управления на всех уровнях власти (ОПК-1, ПК-6);
- анализировать политическую, экономическую, правовую, социальную среду, в которой действуют органы управления и реализуется государственная политика (ОПК-1, ПК-6);
- уметь анализировать и применять на практике достижения зарубежных стран в области реформирования административных структур (ОПК-1, ПК-6).

Владеть:

- навыками анализа механизма функционирования органов государственного и муниципального управления (ОПК-1, ПК-6);
- навыками взаимодействия с гражданами и институтами гражданского общества (ОПК-1, ПК-6);
- методами анализа социально-экономических и политических процессов в регионе (ОПК-1, ПК-6);
- методами оценки деятельности органов власти, с точки зрения адекватности принимаемых ими мер в области социально-экономического регулирования (ОПК-1, ПК-6).

Разработчик: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, доцент кафедры коммуникационных технологий и менеджмента Петрова С.В.

АННОТАЦИЯ

дисциплины – «Основы медиапланирования»

Трудоемкость: 4 зач. ед. (144 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель:

- изучение функционирования института СМК в современном социуме; знание теории массовых коммуникаций, закономерностей развития и специфики отдельных средств массовых коммуникаций;
- освоение принципов и алгоритмов медиапланирования как одной из составляющих процесса планирования рекламных и PR-кампаний, рассмотрение отдельных средств массовых коммуникаций, специфики их функций и воздействия на аудиторию, их характеристики в качестве средств рекламы.

Задачи:

- изучение основных представлений о функционировании массовых коммуникаций в обществе, ознакомление студентов с теориями массовых коммуникаций;
- получение системного комплекса знаний о существовании в современном обществе информационной индустрии как социального института;
- рассмотрение отдельных средств массовых коммуникаций, специфики их функций и воздействия на аудиторию;
- изучение зависимостей между деятельностью средств массовой коммуникации в современном мире и рекламной деятельностью; определение места и роли рекламы в структуре СМК, включая новейшие информационные каналы;
- освоение основных параметров медиаанализа и медиапланирования, практическое использование критериев выбора рекламоносителя;

- получение студентами навыков составления медиаплана, оценки его эффективности.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Данная учебная дисциплина входит в вариативную часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
профессиональные:

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

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- специфику функционирования различных средств массовой коммуникации; организации, занимающиеся медиаанализом и медиапланированием; коммуникационную деятельность бизнес-структуры (ПК-7);

- методики медиапланирования (ПК-7).

Уметь:

- произвести корректный отбор эффективных медианосителей рекламы; организовать, провести рыночное наблюдение, опрос, анкетирование для целей медиапланирования деятельности своей организации (ПК-7).

Владеть:

- базовыми навыками медиапланирования (ПК-7).

Разработчик: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, доцент кафедры коммуникационных технологий и менеджмента Степанова С.Е.

АННОТАЦИЯ

Дисциплины «Продвижение в социальных сетях»

Трудоемкость: 4 зач. ед. (144 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель: сформировать представления о направлениях мобильного маркетинга и рекламы, об особенностях инновационных подходов продвижения, изучить возможности практического применения данных направлений в общем контексте продвижения продукта (бренда) в условиях нестабильной, быстро изменяющейся внешней среды, изучить методы инновационного продвижения в области мобильного маркетинга и рекламы, понять основной инструментарий применения этих методов.

Задачи: рассмотреть следующие основные составляющие теории практики планирования рекламной кампании: специфика и структура рекламного рынка, участники рекламного рынка, понятие и типология рекламных кампаний, этапы рекламной кампании, планирование бюджета, медиапланирование, рекламная стратегия, оценка эффективности рекламной кампании.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
профессиональные:

- 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).

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать:

- методы размещения рекламного продукта в инновационных направлениях рекламного продвижения (ПК-1);

- площадки и инструментарий для инновационного продвижения рекламного продукта (бренда) (ПК-1);

мероприятия по реализации стратегии продвижения с помощью инновационных моделей продвижения – мобильной рекламы и всех направлений мобильного маркетинга (ПК-1);

- динамические варианты рекламного размещения в инновационных моделях продвижения (ПК-1).

уметь:

- определять возможные риски по проведению рекламных кампаний в инновационных методах продвижения (ПК-1);

- формулировать миссию и цели инновационного продвижения бренда, действующего на рынке рекламы, на основе стратегического анализа (ПК-1).

владеть:

- методами продвижения интерактивными инструментами продвижения в социальных сетях (ПК-1).

Разработчик: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, профессор кафедры коммуникационных технологий и менеджмента Субботина М.В.

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Прикладная физическая культура»

Трудоемкость 328 ч.

1. Цели и задачи дисциплины: Цель - формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической и подготовки и самоподготовки к будущей профессиональной деятельности.

Задачи:

- понимание социальной роли физической культуры в развитии личности и подготовке ее профессиональной деятельности;

- знание научно-биологических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;

- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое самосовершенствование и самовоспитание, потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями и спортом.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Данная учебная дисциплина входит в вариативную часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Общекультурные:

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

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

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основы физической культуры и здорового образа жизни (ОК-7, ОК-8);

- методы правильного физического воспитания и укрепления здоровья с помощью физических упражнений (ОК-7, ОК-8).

Уметь:

- использовать методы физического воспитания для достижения должного уровня физической подготовки для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-7, ОК-8);

- понимать роль физической культуры в развитии человека и подготовке специалиста, развивать и совершенствовать психофизические способности и качества (ОК-7, ОК-8);

- использовать физкультурно-спортивную деятельность для повышения своих функциональных и двигательных возможностей, для достижения личных жизненных и профессиональных целей (ОК-7, ОК-8).

Владеть:

- системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья (ОК-7, ОК-8);

- методиками самооценки работоспособности, усталости и применения средств физкультуры (ОК-7, ОК-8);

- основами методики самомассажа (ОК-7, ОК-8).

Разработчик: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, доцент кафедры физического воспитания Суриков А. А.

АННОТАЦИЯ

дисциплины «**Мировая политика и международные отношения**»

Трудоемкость: 3 зач. ед. (108 ч.)

1. Цели изучения дисциплины – изучение основных теоретических концепций международных отношений, сущности проблем современной мировой политики, формирование представления о предмете, о наиболее фундаментальных понятиях, законах и проблемах современной мировой политике и международных отношений.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Данная учебная дисциплина входит в вариативную часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: общекультурных:

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

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- основные понятия в системе мировой политики и международных отношений: глобализация, международный конфликт, модели международных отношений, международная безопасность, международные организации и др. (ОК-1);

- специфику процесса принятия политических решений (ОК-1);

- особенности избирательного процесса и выборной системы (ОК-1).

- владеть политическим языком (ОК-1).

уметь:

- проводить связь теоретических положений с реальными политическими явлениями (ОК-1);

- самостоятельно анализировать политические факторы и политические события современности (ОК-1).

владеть:

- навыками прогнозирования будущего политического развития общества и государства (ОК-1).

Разработчик: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, доцент кафедры коммуникационных технологий и менеджмента Антипова Е.А.

АННОТАЦИЯ

дисциплины «**Политическая история современной России и зарубежных стран**»

Трудоемкость: 3 зач. ед. (108 ч.)

1. Цели изучения дисциплины – сформировать у обучающихся системное представление об особенностях российской политической традиции, ее месте и роли в мире, о политических традициях зарубежных стран.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Данная учебная дисциплина входит в вариативную часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: общекультурных:

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

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- значение исторически сложившихся гуманистических ценностей для сохранения и развития современной цивилизации, для сохранения согласия и сотрудничества между народами России, упрочения международного мира и безопасности (ОК-1);

- основные закономерности и тенденции мирового и российского политического процесса (ОК-1);

- основные современные исследования и доктрины в сфере политической истории (ОК-1);

- основные закономерности и тенденции мировых и российских политических процессов (ОК-1).

уметь:

- осознавать роль и место России в современном мире, определять свои цели и гражданскую позицию и выстраивать деятельность в связи с приоритетными целями развития страны (ОК-1);

- принять нравственные обязанности в политической и связанных с ней сферах общественной жизни по отношению к другим людям и самому себе (ОК-1);

- собирать, перерабатывать и обобщать информацию в сфере политической истории и применять здесь основные теоретико-методологические подходы (ОК-1).

владеть:

- культурой мышления в сфере политической истории (ОК-1);

- навыками анализа социально-значимых проблем и процессов, связанных с политической историей страны (ОК-1);

- навыками научных исследований процессов и отношений в сфере политической истории, методами анализа и интерпретации представлений о политике, государстве и власти (ОК-1).

Разработчик: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, доцент кафедры коммуникационных технологий и менеджмента Антипова Е.А.

АННОТАЦИЯ

дисциплины «**Технология управления общественным мнением**»

Трудоемкость: 4 зач. ед. (144 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель: обеспечение слушателей системой знаний о природе, сущности, свойствах, основных характеристиках, формах существования и развития общественного мнения; ознакомление слушателей с основными технологиями, способами и «конструктами» манипулирования общественным сознанием.

Задачи:

- овладение понятийно-категориальным аппаратом курса; знание об основных представлениях об общественном мнении в истории философской и социологической мысли;
- сформировать у студентов знания о структуре, свойствах, основных функциях общественного мнения;
- обучить студентов научному изучению общественного мнения и основным методам, которые при этом должны использоваться;
- ознакомить с основными способами и технологиями, включая манипулятивные, формирования общественного мнения современными СМК и СМИ; сформировать у студентов необходимые знания для умения распознавания основных целей, приемов и способов манипулирования общественным мнением;

2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Данная учебная дисциплина входит в вариативную часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общепрофессиональные:

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

профессиональные:

- 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).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

основные понятия в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ОПК-4, ПК-1).

Уметь:

- под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях (ОПК-4, ПК-1).

Владеть:

- способностью организовать и провести рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке; осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных (ОПК-4, ПК-1).

Разработчик: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, доцент кафедры коммуникационных технологий и менеджмента Степанова С.Е.

АННОТАЦИЯ

дисциплины «**Политические избирательные технологии**»

Трудоемкость: 4 зач.ед. (144 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

Целью познакомить студентов с основами политических избирательных технологий, системой средств рекламной и PR коммуникаций в политической сфере. Студенты должны не только изучить имеющийся инструментарий, но и научиться самостоятельно осваивать новые технологии.

Задачи дисциплины:

- подготовить студентов к пониманию места и роли политических коммуникаций в рекламной и PR-деятельности;

- научить создавать рекламный продукт на различных этапах с использованием разнообразных политических технологий.

- научить работать с текстовой, видео и аудио информацией в системе политических коммуникаций как с предметом рекламной деятельности и инструментом воздействия на аудиторию;

- охарактеризовать политической коммуникации как каналы распространения массовой информации об объекте рекламы и связей с общественностью.

- изучить наиболее актуальные технологии в сфере политической рекламы.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Данная учебная дисциплина входит в вариативную часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общепрофессиональные:

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

профессиональные:

- 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).

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- основные понятия и концепции рекламной и PR-деятельности в политике (ОПК-4, ПК-1);

- теоретические и практические аспекты функционирования политических избирательных технологий (ОПК-4, ПК-1);

- методы и формы рекламной и PR- деятельности в политике (ОПК-4, ПК-1);

- основные принципы взаимодействия в политике, связей с общественностью и рекламы (ОПК-4, ПК-1).

уметь:

- анализировать теоретический, методологический, практический материал по теме курса (ОПК-4, ПК-1);

владеть:

- основами теоретической и практической деятельности в сфере рекламной и PR-деятельности в политике (ОПК-4, ПК-1);

- навыками мониторинга, анализа материалов в политике для использования в деятельности по связям с общественностью и в рекламной деятельности (ОПК-4, ПК-1).

Разработчик: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, к.филос.н., доцент кафедры коммуникационных технологий и менеджмента Степанова С.Е.

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Персональный менеджмент»

Трудоемкость - 3 зач.ед. (108 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины – овладение студентами знаниями в области теории и методологии самоменеджмента, а также некоторыми практическими навыками по разрешению конкретных управленческих проблем посредством принятия и освоения механизмов реализации управленческих решений, регулированием своего времени.

Задачи курса:

- знакомство студентов с особенностями управления своим временем;
- формирование навыков планирования времени и принятия решений.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Данная учебная дисциплина входит в вариативную часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: общекультурные:

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

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- о формировании целостной системы организации личного труда менеджера (ОК-7);
- модель качества эффективного работника с позиции работодателя (ОК-7);
- способы формулирования жизненных целей, выбора карьеры (ОК-7);
- способы самопрезентации (ОК-7);
- критерии постановки целей, правила планирования рабочего дня (ОК-7);
- правила эффективного использования рабочего времени (ОК-7);
- правила организации публичного выступления (ОК-7);
- правила делового этикета (ОК-7).

Уметь:

- использовать различные способы самопрезентации с целью построения деловой карьеры (ОК-7);
- планировать личную работу (ОК-7);
- формулировать цели (ОК-7);
- управлять своим временем, анализировать эффективность использования своего времени и находить резервы его оптимизации (ОК-7);
- эффективно применять техники деловых переговоров для достижения целей (ОК-7).

Владеть:

- теоретическими основами индивидуальной управленческой деятельности (ОК-7);
- навыками самостоятельного усвоения новых знаний в области индивидуальной управленческой деятельности (ОК-7);
- навыками самопрезентации (ОК-7);
- научными методами изучения содержания труда и структуры затрат рабочего времени менеджера (ОК-7).

Разработчик: кандидат социологических наук, доцент кафедры коммуникационных технологий и менеджмента Бахтинов Н.П.

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Тайм-менеджмент»

Трудоемкость: 3 зач. ед. (108 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины – изучение концептуальных основ и технологий максимального использования собственных возможностей руководителя, сознательного управления течением своим временем и преодоление внешних обстоятельств как на работе, так в личной жизни.

Задачи дисциплины:

- знакомство студентов с особенностями управления своим временем;
- формирование навыков планирования временем и принятия решений.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Данная учебная дисциплина входит в вариативную часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
общекультурные:

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

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- вопросы самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

Уметь:

- использовать способности к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

Владеть:

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

Разработчик: ФГБОУ ВО «ЧГПУ им. И.Я. Яковлева», проф. кафедры коммуникационных технологий и менеджмента Петрова Г.Д.

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Роль национального языка в государственном и муниципальном управлении»

Трудоемкость: 3 зач. ед. (108 ч.)

1. Цель дисциплины: формирование знаний об основных закономерностях современного чувашского языка, развитие коммуникативной компетенции в совокупности её составляющих – речевой, языковой, социокультурной, компенсаторной, учебно-познавательной;

Задачи дисциплины:

- развитие коммуникативных умений в четырёх основных видах речевой деятельности (говорение, аудирование, чтение, письмо);

- овладение языковыми средствами (фонетическими, орфографическими, лексическими, грамматическими) в соответствии с темами, сферами и ситуациями общения, определёнными программой; освоение знаний о языковых явлениях чувашского языка;

- приобщение к культуре, традициям и реалиям региона изучаемого языка в рамках тем, сфер и ситуаций общения, отвечающих опыту, интересам студентов, формирование умения представлять республику, её культуру в условиях иноязычного межкультурного взаимодействия.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Данная учебная дисциплина входит в вариативную часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины.

Процесс изучения дисциплины «Роль национального языка в профессиональной деятельности» направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурных компетенций:

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

общефессиональных компетенций:

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

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- основные грамматические явления национального языка: части речи, грамматические категории, структуру предложения (ОК-5, ОПК-3);

- культуру и традиции народа изучаемого языка, правила речевого этикета (ОК-5, ОПК-3).

уметь:

- пользуясь отраслевым словарем, самостоятельно читать оригинальную литературу по специальности, извлекая при этом необходимую для работы информацию (ОК-5, ОПК-3).

владеть:

1. *Фонетическими навыками.* Спецификой артикуляции звуков, интонации, акцентуации и ритма нейтральной речи в изучаемом языке; основными особенностями полного стиля произношения, характерными для сферы профессиональной коммуникации; чтением (ОК-5, ОПК-3).

2. *Лексическим минимумом* в объёме, как минимум, 500 учебных лексических единиц общего и терминологического характера. Понятием дифференциации лексики по сферам применения (бытовая, терминологическая, общенаучная, официальная и др.). Понятием о способах словообразования (ОК-5, ОПК-3).

3. *Грамматическими навыками.* Основными грамматическими явлениями. Структурой предложения (ОК-5, ОПК-3).

Разработчик: ЧГПУ, доцент кафедры чувашского языка и литературы Е. А. Андреева

АННОТАЦИЯ

дисциплины «**Чувашский язык**»

Трудоемкость: 3 зач. ед. (108 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины: формирование знаний об основных закономерностях современного чувашского языка, развитие коммуникативной компетенции в совокупности её составляющих – речевой, языковой, социокультурной, компенсаторной, учебно-познавательной.

Задачи дисциплины:

- развитие коммуникативных умений в четырёх основных видах речевой деятельности (говорение, аудирование, чтение, письмо);

- овладение языковыми средствами (фонетическими, орфографическими, лексическими, грамматическими) в соответствии с темами, сферами и ситуациями общения, определёнными программой; освоение знаний о языковых явлениях чувашского языка;

- приобщение к культуре, традициям и реалиям региона изучаемого языка в рамках тем, сфер и ситуаций общения, отвечающих опыту, интересам студентов, формирование умения представлять республику, её культуру в условиях иноязычного межкультурного взаимодействия.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Данная учебная дисциплина входит в вариативную часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины.

Процесс изучения дисциплины «Роль национального языка в профессиональной деятельности» направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурных компетенций:

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

общепрофессиональных компетенций:

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

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- основные грамматические явления чувашского языка: части речи, грамматические категории, структуру предложения (ОК-5, ОПК-3);

- культуру и традиции народа изучаемого языка, правила речевого этикета (ОК-5, ОПК-3).

уметь:

- пользуясь отраслевым словарем, самостоятельно читать оригинальную литературу по специальности, извлекая при этом необходимую для работы информацию (ОК-5, ОПК-3).

владеть:

1. *Фонетическими навыками.* Спецификой артикуляции звуков, интонации, акцентуации и ритма нейтральной речи в изучаемом языке; основными особенностями полного стиля произношения, характерными для сферы профессиональной коммуникации; чтением (ОК-5, ОПК-3).

2. *Лексическим минимумом* в объеме, как минимум, 500 учебных лексических единиц общего и терминологического характера. Понятием дифференциации лексики по сферам применения (бытовая, терминологическая, общенаучная, официальная и др.). Понятием о способах словообразования (ОК-5, ОПК-3).

3. *Грамматическими навыками.* Основными грамматическими явлениями. Структурой предложения (ОК-5, ОПК-3).

Разработчик: ЧГПУ, доцент кафедры чувашского языка и литературы Е. А. Андреева.