

**Аннотации к рабочим программам дисциплин
основной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата
(42.03.01 Реклама и связи с общественностью – профиль «Реклама и связи с
общественностью в системе государственного и муниципального управления»)
(год набора 2016, заочная форма обучения)**

ИСТОРИЯ

Трудоемкость: 4 зач. ед. (144 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель: сформировать у студентов фундаментальные теоретические знания об основных закономерностях и особенностях всемирно-исторического процесса, основных этапах и содержании истории стран и народов мира с древнейших времен до наших дней.

Задачи:

- выявить актуальные проблемы исторического развития стран, ключевые моменты истории, оказавшие существенное влияние на жизнь народов, в том числе России;
- представить в систематизированном виде материал по истории России, ведущих стран Западной Европы и Америки в различные периоды истории;
- показать на примерах различных исторических эпох и периодов органическую взаимосвязь российской и мировой истории, определить место российской цивилизации во всемирно-историческом процессе;
- на основе принципов объективности и историзма добиться понимания причинно-следственных связей, сформировать умение выделять предпосылки, причины, результаты и последствия исторических событий и процессов;
- развить навыки обобщения, конкретизации, выявления общих закономерностей развития отдельных стран;
- закрепить навыки определения и объяснения (аргументации) своего отношения и оценки наиболее значительных исторических событий и личностей;
- привить навыки самостоятельного научного анализа основных видов исторических источников;
- сформировать навыки научно-исследовательской работы (умение делать сообщения, доклады, писать рецензии);
- способствовать формированию чувства патриотизма, гуманизма и уважения к религии, традициям и культуре народов мира.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью. Она входит в систему курсов, дающих целостное представление об основных событиях и этапах мировой истории.

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- основные этапы и ключевые события мировой истории, выдающихся деятелей всеобщей и отечественной истории;
- важнейшие достижения мировой культуры;
- принципы периодизации всеобщей и отечественной истории;
- важнейшие методологические концепции исторического процесса, версии и трактовки

отдельных событий мировой истории;

уметь:

– переводить информацию из одной знаковой системы в другую (из аудиовизуального ряда в текст, из текста в таблицу, диаграмму и т.д.);

– соотносить общие исторические процессы и отдельные факты;

– выявлять существенные черты исторических процессов, явлений и событий; отделять основную информацию от второстепенной;

– объяснять смысл основных исторических понятий и терминов, связанных с всемирной историей;

– выявлять общность и различия сравниваемых исторических событий и явлений, самостоятельно выбирать критерии для сравнения, сопоставления, оценки и классификации объектов;

– устанавливать причинно-следственные связи между явлениями (процессами), пространственные и временные рамки изучаемых исторических процессов и явлений;

– участвовать в дискуссиях по историческим проблемам (понимать точку зрения оппонента, признавать право на иное мнение, следовать этическим нормам и правилам ведения диспута), формулировать собственную позицию по обсуждаемым вопросам, используя для аргументации исторические сведения;

– развернуто обосновывать суждения, приводить доказательства (в том числе от противного), объяснять изученные положения на самостоятельно подобранных конкретных исторических примерах;

владеть:

– методами комплексного поиска исторической информации в источниках разного типа;

– методами представления результатов познавательной деятельности в формах конспекта, реферата, рецензии, публичной презентации.

ФИЛОСОФИЯ

Трудоемкость: 3 зач. ед. (108 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель: 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.

Задачи:

- развитие навыков критического восприятия и оценки источников информации;

- умения логично формулировать, излагать и аргументированно отстаивать собственное видение проблем и способов их разрешения;

- овладение приемами ведения дискуссии, полемики, диалога.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО по направлению подготовки 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.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование 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 обучающийся должен:

знать:

- основные направления, проблемы, теории и методы философии;

- содержание современных философских дискуссий по проблемам общественного развития;

уметь:

- формировать и аргументированно отстаивать собственную позицию по различным проблемам философии;

- использовать положения и категории философии для оценивания и анализа различных социально-культурных тенденций, фактов и явлений для формирования гражданской позиции;

владеть:

- навыками восприятия и анализа текстов, имеющих философское содержание;

- приемами ведения дискуссии и полемики;

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

- навыками анализа этапов и закономерностей исторического развития общества для формирования гражданской позиции.

СОЦИОЛОГИЯ

Трудоемкость: 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.

Задачи дисциплины:

- развитие социально-гуманитарной и методологической подготовки студентов;

- формирование основ социологического мировоззрения, умения видеть социальные процессы в их целостности, сложности и противоречивости;

- овладение студентами знаний по социологической теории, усвоение ими ключевых понятий социологической науки;

- приобретение студентами знаний об особенностях и тенденциях развития современного российского общества в условиях глобализации;

- получение студентами знания и начальных навыков методики сбора социологической информации, ее использования в решении конкретных задач.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО по направлению подготовки 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 обучающийся должен:

знать:

- сущность и структуру социальных и общественно-политических процессов и систем, изучить их типологию;

уметь:

- логически мыслить, оперировать основными терминами и понятиями, применять конкретные методы к анализу социальных процессов;

владеть:

- технологией конкретных методов исследований, которые наиболее широко используются в исследовании и управлении социальными процессами.

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 в политической жизни, сделать свой выбор максимально свободно и компетентно, отстаивать и защищать свои права, реализовывать личные и групповые интересы через представительные политические институты, терпимо относиться к инакомыслию, находить компромиссы и достигать согласия по ключевым вопросам.

Задачи дисциплины:

- формирование представлений о политических концепциях выдающихся политических мыслителей прошлого и современности;
- знать основные категории политологии и их взаимосвязи;
- овладение студентами знаний о структуре политической системы общества и политического процесса;
- приобретение студентами знаний о типологии основных политических институтов, образований, элементов политического процесса;
- создание представлений об основных характеристиках политической системы и политического процесса современной России;
- получение студентами знаний об основных направлениях и противоречиях процесса формирования глобальной политической системы, факторов и основные характеристики мирового политического процесса.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО по направлению подготовки 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 обучающийся должен:

знать:

- сущность и структуру общественно-политических процессов и систем, изучить их типологию;

уметь:

- логически мыслить, оперировать основными терминами и понятиями, применять конкретные методы к анализу процессов;

владеть:

- технологией конкретных методов исследований, которые наиболее широко используются в исследовании и управлении политическими процессами.

БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Трудоемкость: 3 зач.ед. (108 ч.)

1. Цель и задачи дисциплины

Цель: 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

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

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующей компетенции:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- теоретические основы обеспечения безопасности жизнедеятельности;
- 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;

- 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;

- организационные основы осуществления мероприятий по защите населения от поражающих факторов природного, техногенного и военного характера в условиях мирного и военного времени;

- об организации Единой государственной системы предупреждения и ликвидации ЧС и гражданской обороны;

- об основных направлениях совершенствования и повышения эффективности защиты населения и его жизнеобеспечения в условиях ЧС мирного и военного времени;

- о передовом отечественном и зарубежном опыте в области защиты населения и территорий от ЧС природного, техногенного и военного характера;

уметь:

- соблюдать необходимые меры безопасности в быту и повседневной трудовой деятельности;

- идентифицировать основные опасности среды обитания человека, оценивать риск их реализации, выбирать методы защиты от опасностей и способы обеспечения комфортных условий жизнедеятельности;

- пользоваться основными средствами контроля качества среды обитания;

- применять методы анализа взаимодействия человека и его деятельности со средой обитания;

- оказывать при необходимости первую помощь пострадавшим и содействие в проведении аварийно-спасательных и других неотложных работах при ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций (ЧС);

владеть:

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

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК

Трудоемкость: 5 зач. ед. (180 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины: подготовка студента к общению в устной и письменной формах на иностранном языке, что предполагает наличие у него таких умений в различных видах речевой деятельности, которые по окончании курса дадут ему возможность:

- читать оригинальную литературу общекультурного содержания по изучаемой специальности, актуальные материалы из газет и журналов для получения информации;
- участвовать в устном общении на изучаемом языке в пределах тематики, определенной программой, соблюдая речевой этикет.

Задачи дисциплины «Иностранный язык»: развитие патриотических и интернациональных чувств, воспитание гуманности и толерантности, формирование общей и иноязычной культуры, коммуникативной компетенции конкурентоспособной личности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

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

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующей компетенции:

- 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 обучающийся должен:

знать:

- фонетические особенности иностранного языка; лексический минимум в объеме около 4000 учебных лексических единиц общего и терминологического характера; понятие о свободных и устойчивых словосочетаниях, фразеологических единицах; понятие об основных способах словообразования; грамматические явления и правила, характерные для профессиональной речи, обеспечивающие коммуникацию общего характера без искажения смысла при письменном и устном общении; культуру и традиции народов стран изучаемого языка;

уметь:

- использовать различные формы и виды устной и письменной коммуникации в учебной и профессиональной деятельности, читать и переводить несложные иноязычные прагматические тексты по широкому и узкому профилю специальности; извлекать необходимую научную информацию из оригинальных иностранных источников; понимать монологическую и диалогическую речь в сфере бытовой и профессиональной коммуникации, логически верно выстраивать устную и письменную иноязычную речь;

владеть:

- навыками коммуникации в иноязычной среде, диалогической и монологической речью с использованием наиболее употребительных и относительно простых лексико-грамматических средств в основных коммуникативных ситуациях неофициального и официального общения; навыками и умениями письма на иностранном языке (аннотация, реферат, тезисы, сообщения, частное письмо, деловое письмо, биография).

ОСНОВЫ ПРАВА

Трудоемкость: 4 зач. ед. (144 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины: формирование у студентов необходимых компетенции в изучении правовых основ как фундаментальной составляющей экономического развития, законодательной и нормативной базы функционирования правовой системы Российской Федерации, механизмов и процедур управления.

Задачи дисциплины: приобретение навыков практического применения российского законодательства, а также основных юридических понятий в профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО 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).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать: основные нормативные акты, регулирующие общественные отношения и деятельность различных учреждений, органов управления и иных участников правоотношений;

уметь: анализировать механизм и гарантии реализации конституционного права, правовой статус участников правоотношений;

владеть: навыками работы с нормативными актами, позволяющими использовать их в практической деятельности.

ОСНОВЫ ПСИХОЛОГИИ

Трудоемкость: 4 зач. ед. (144 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины - сформировать представления о психологии как основе прикладного психологического знания; заложить понятийную и методологическую основу изучения психологии.

Задачи дисциплины являются:

- освоить базовые понятия психологии;

- рассмотреть основные психологические теории и направления зарубежной и отечественной психологии;

- раскрыть особенности формирования трудового коллектива (групповые и межличностные взаимоотношения, морально-психологический климат);

- сформулировать у студентов навыки управления этикой деловых отношений, конфликтами и стрессом;

- способствовать формированию психотехнических навыков, повышающих профессиональное мастерство и личностный рост;

- раскрыть перед студентами специфику использования психологического знания в предупреждении личной профессиональной деформации и профессионального выгорания.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО по направлению подготовки 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:

- закономерности и этапы развития общества;

- основные понятия психологии;

- условия, источники психического развития личности;

- особенности межличностных и межгрупповых отношений;

- условия формирования оптимального социально-психологического климата в коллективе;

уметь:

- устанавливать причинно-следственные связи между происходящими событиями, явлениями;

- применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетенции;

- критически оценивать с разных сторон (производственной, мотивационной, институциональной и др.) поведение экономических агентов, тенденций развития объектов в сфере профессиональной деятельности;

владеть навыками:

- выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении;

- снятия профессионального стресса.

ПСИХОЛОГИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ

Трудоемкость: 4 зач. ед. (144 ч.)

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины: формирование общекультурных и профессиональных компетенций на базе теоретико-методологических и практических проблем психологии поведения потребителей, методов управления поведением потребителей в современных условиях.

Задачи дисциплины:

- подготовка, организация и проведение исследования изучения мнения потребителей;

- построение коммуникаций с потребителями с учетом потребностей, ценностей и мотивов потребителя;

- прогнозирование и предвидения поведения потребителя с учетом психического и физиологических особенностей личности потребителя.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО по направлению подготовки 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:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- факторы внешнего и внутреннего влияния на поведение потребителей;

- методы исследования, направленные на изучение мнения и поведения потребителей;

- процесс принятия потребителем решения о покупке;

- современные подходы к процессу управления поведением потребителя;
- уметь:
 - самостоятельно разрабатывать план проведения исследования мнения потребителей;
 - организовывать и проводить исследование и анализ мнения и поведения потребителей;
 - прогнозировать поведение потребителей;
- владеть навыками:
 - проведения исследований мнения потребителей;
 - разработки методологии и методики проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях;
 - составления прогноза потребительских предпочтений, общественного мнения.

ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ

Трудоемкость: 5 зач.ед. (180 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

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.

Задачи:

- формирование понимания экономических закономерностей общественного развития;
- изучение основ микроэкономики;
- понимание механизма развития национальной экономики;
- рассмотрение основ международных экономических отношений.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО 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 экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- основные экономические школы;

- закономерности и принципы развития экономических процессов на макро- и микро уровнях;

- основы рыночного механизма саморегулирования;

- типы рыночных структур;

- факторы формирования спроса и предложения на рынках товаров и экономических ресурсов (факторов производства);

- цели и методы государственного макроэкономического регулирования;

- причины, последствия цикличности экономического развития, инфляции и безработицы;

уметь:

- определять специфику равновесной цены и объема производства в различных рыночных условиях;

- использовать приемы и методы оценки экономической ситуации;

- оценивать экономические факторы развития производства и издержек;

владеть:

- навыками оценки рыночной ситуации;
- навыками расчета и оценки экономических показателей на микро- и макроэкономическом уровнях.

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЫНКЕ РЕКЛАМНЫХ УСЛУГ

Трудоемкость: 3 зач.ед. (108 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель: формирование у студентов комплекса теоретических знаний и практических навыков по основным экономическим аспектам ценообразования на рынке рекламных услуг.

Задачами дисциплины являются:

- ознакомление студентов с теорией цены, составляющей основу экономического образования в странах с рыночной экономикой;
- изучение методических вопросов формирования цен на рынке рекламных услуг;
- изучение государственной политики в области ценообразования на рынке рекламных услуг;
- изучение особенностей ценообразования на различные виды рекламных услуг.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО 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 экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен: знать:

- экономическую природу ценообразования на рынке рекламных услуг;
- существующие системы цен и их классификации;
- методы государственного регулирования цен;
- классификацию затрат на рекламу и порядок расчета безубыточности;
- методы ценообразования на рекламу;
- различные варианты стратегии ценообразования на рынке рекламных услуг;
- порядок и особенности расчета цен для различных видов рекламы;

уметь:

- провести анализ тенденций рынка рекламы;
- использовать различные методы ценообразования при расчете цены на рекламу;
- разрабатывать стратегию и тактику ценообразования на рынке рекламных услуг;
- рассчитывать цену на различные виды рекламы;

владеть:

- методами расчета цены и использования скидок на рынке рекламных услуг;
- методикой анализа рыночных цен на рекламу в условиях инфляции;
- навыками определения ценовой стратегии предприятия на рынке рекламных услуг.

ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ

Трудоемкость: 4 зач. ед. (144 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель: 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 дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО 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);

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:

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

уметь:

- логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь;

владеть:

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

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 дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО 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 изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- основные методы, способы и средства хранения, переработки информации;
- работу 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;

уметь:

- способы получения, хранения, переработки информации, работать с компьютером как средством управления информацией;

- обладать 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;

владеть:

- 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.

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 дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО 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 изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- понятие и классификацию рекламы;
- основные рекламные понятия и термины;
- основные виды рекламы;
- основные технологии рекламного дела;
- принципы функционирования рекламного рынка и его субъектов;

уметь:

- свободно оперировать ключевыми понятиями и терминами по курсу;
- проводить рекламные кампании;
- грамотно пользоваться различными средствами рекламы;
- применять на практике знания, связанными с видами профессионально-ориентированной коммуникации;
- составлять и анализировать рекламные тексты;

владеть:

- способностью осуществлять профессиональные функции в области рекламы в различных структурах общества и средствах массовой информации;
- способностью проводить исследования в сфере рекламной деятельности, понимать и анализировать результаты.

ОСНОВЫ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Трудоемкость: 7 зач. ед. (252 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель: дать возможность студентам освоить основные теоретические положения, а также приобрести практические навыки в области связей с общественностью. В курсе дается определение связей с общественностью, уделяется внимание динамике развития связей с общественностью, а также развитию средств массовой информации и коммуникации. Курс нацелен на изучение особенностей работы PR-специалистов в государственных, социальных, коммерческих, политических структурах, а также в международной сфере. В курсе уделяется внимание вопросам управления имиджем и репутацией, а также социальной ответственности PR-специалиста в обеспечении социально значимых проектов. Дается анализ информационного рынка, а также деятельности различных международных и региональных профессиональных организаций в области связей с общественностью.

Задачи:

- ознакомить студентов с основными историческими вехами развития связей с общественностью;
- охарактеризовать основные проблемы связей с общественностью;
- охарактеризовать основные виды и формы информационно-коммуникативной деятельности в сфере связей с общественностью;
- проанализировать особенности связей с общественностью в различных сферах;
- сформировать у студентов понятие об эффективности коммуникаций в сфере связей с общественностью.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО 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:

- 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:

- основные профессиональные термины и понятия;
- основные организационные структуры в PR-деятельности;
- виды документов в PR;
- виды коммуникации во взаимоотношениях с персоналом;
- исследования в области связей с общественностью;

уметь:

- проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий;

- собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы;

- подготовить, организовать и провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения;

- осуществить обработку и подготовку данных для анализа;

владеть:

- навыками подготовки, организации и проведении анкетирования и опросов мнения потребителей и общественного мнения;

- навыками обработки и подготовки данных для анализа.

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 входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО 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 экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);

профессиональные:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- теоретические основы и закономерности развития управления;
- методологию и принципы управления организацией;
- основные функции управления;
- принципы принятия и реализации управленческих решений;
- методы повышения эффективности деятельности руководителя;

уметь:

- систематизировать и обобщать полученную управленческую информацию;
- использовать основные и специальные методы управления;
- разрабатывать и обосновывать варианты эффективных управленческих решений;
- разрабатывать и совершенствовать организационную структуру управления;
- формировать управленческую команду;

владеть:

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

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Трудоемкость: 3 зач.ед. (108 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины - формирование у студентов необходимых знаний в области истории появления современных СМИ, а также их функции и направления деятельности в области общественных отношений, регулирующих процесс информационной коммуникации посредством государственного законодательства.

Задачами изучения дисциплины являются:

- формирование у студентов гражданской зрелости и высокой общественной активности, профессиональной и правовой культуры;
- формирование целостной системы знаний и основных проблемах учебного курса «Правовое регулирование информационной рекламной деятельности», его взаимосвязи в системе теоретических представлений о правовых отношениях, возникающих в сфере информационно-рекламной и иной профессиональной деятельности;
- приобретение необходимых умений и повышение правовой культуры и правового сознания студентов, привитие навыков самостоятельной работы с научной и учебной литературой, нормативными правовыми актами;
- воспитание уважения к конституционному строю, защите прав и свобод человека и гражданина.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО 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:

- традиции и новации в изучении правового регулирования деятельности СМИ;
- основные виды законодательных источников по изучаемой теме;
- специфику отечественного и зарубежного опыта правового регулирования деятельности СМИ;

уметь:

- использовать систему знаний о принципах деятельности СМИ;
- анализировать состояние правовой системы СМИ и её отдельных звеньев;
- решать на примере конкретных ситуаций вопросы оценки эффективности правового регулирования деятельности СМИ;

владеть:

- терминологическим правовым аппаратом деятельности СМИ;
- навыками самостоятельного анализа и обобщения затронутых проблем;
- навыками применения на практике в сфере СМИ полученных теоретических знаний.

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 связей с общественностью 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 связей с общественностью;
- изучение роли и функций отдела в системе менеджмента организации;
- изучение задач и принципов функционирования отдела рекламы и связей с общественностью;
- планирование работы отдела и составление бюджета;
- изучение практических особенностей функционирования отделов рекламы и связей с общественностью в современных организациях.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВПО

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

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общепрофессиональные:

- 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 обучающийся должен:

знать:

– организационную структуру предприятия;
– роль и функции отдела рекламы и связи с общественностью в организации;
– специфику взаимодействия отдела с другими подразделениями организации основные принципы формирования корпоративной культуры и взаимодействия с персоналом;
– практические особенности функционирования отделов рекламы и связей с общественностью в современных организациях;

уметь:

– находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность, оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях;

– вырабатывать нестандартные решения, 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 общественностью;

владеть:

– навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве, навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации, навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами.

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 дисциплины в структуре ОПОП ВО

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

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общепрофессиональные:

- 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 изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- последние тенденции развития технологий проведения рекламных кампаний; особенности работы по проектам; принципы работы со СМИ в информационной среде;

уметь:

- осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловая переписка, электронные коммуникации;

- планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия;

владеть:

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

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Трудоемкость: 4 зач. ед. (144 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

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. Дисциплина ориентирует на автоматизацию профессиональной деятельности, ее изучение способствует решению типовых задач профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- дать представление о тенденциях развития информационных технологий и использовании современных средств для решения задач в профессиональной области;

- сформировать навыки самостоятельного решения задач в конкретных информационных средах;

- раскрыть содержание базовых понятий информатики, алгоритмизации, программирования.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО 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 обучающийся должен:

знать:

- назначение и возможности компьютерных технологий, роль информатизации в развитии социальной и профессиональной сферы, культуры и образования;

уметь:

- определять этапы решения профессиональных задач на основе компьютерных

технологий, использовать в профессиональной деятельности возможности вычислительной техники и программного обеспечения; создавать базы данных; использовать ресурсы Интернет; владеть:

– навыками работы с программным обеспечением и использования программных средств для решения прикладных задач, навыками составления статистических отчетов; навыками работы в компьютерной сети Интернет.

КОМПЬЮТЕРНАЯ ГРАФИКА В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Трудоемкость: 8 зач. ед. (288 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование общих представлений об основных понятиях компьютерной графики, освоение базовых понятий, методов и алгоритмов, применяемых при разработке компьютерной графики, а также методологии и технологии выполнения графических работ на компьютере и разработка пользовательского графического интерфейса; изучение специализированных программных средств компьютерной графики и их применение в Web-дизайне.

Задачи дисциплины:

- изучение прикладных вопросов компьютерной графики, возможностей их использования в профессиональной деятельности;
- приобретение и развитие практических умений и навыков создания изображений средствами компьютерной графики и, в частности, выполнения проектов в области web-дизайна;
- формирование способности к анализу, обобщению и обоснованному выбору путей реализации собственных решений дизайнера;
- развитие творческого мышления, комплексного подхода к решению задач дизайнера;
- знание основных правил публикации и продвижения web-сайта в сети Интернет.

Дисциплина ориентирует на автоматизацию профессиональной деятельности, ее изучение способствует решению типовых задач профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО 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 обучающийся должен:

знать: назначение и возможности компьютерных технологий, современные тенденции развития графики и дизайна; области использования компьютерной графики; модели представления цвета; возможности программ растровой и векторной графики; методологию проектирования внешнего вида элементов web-страниц (интернет-баннеров, пиктограмм и пр.);

уметь: свободно работать в программах растровой и векторной графики, применять средства компьютерной графики в профессиональной деятельности; проектировать внешний

вид web-страниц и отдельных элементов сайта; использовать инструментальные средства разработки web-сайта;

владеть: методами использования информационных технологий для решения профессиональных задач в области рекламы и связей с общественностью; практическими навыками в использовании основных графических пакетов, способами выбора и использования средств компьютерной графики для различных видов приложений.

ОСНОВЫ КОЛОРИСТИКИ И ХУДОЖЕСТВЕННОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

Трудоемкость: 8 зач. ед. (288 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Целью дисциплины является 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.

Задачи дисциплины:

- овладение основными законами колористики и цветоведения;
- закрепление теоретических знаний и закономерностей цветоведения в практических упражнениях по выявлению особенностей взаимодействия цвета в рекламной продукции;
- использование психологических аспектов науки о цвете в восприятии рекламы;
- разработка, подготовка к выпуску, производство рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

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

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общепрофессиональных:

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

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 обучающийся должен:

знать:

- основные категории и проблемы учения о цвете;
- основные законы колористики и цветоведения;
- научные основы цветоведения;
- психологические основы цвета;
- методы организации творческого процесса по подбору колорита рекламной продукции;
- технологию составления целостной колористической гаммы;

уметь:

- дать эстетическую оценку цвета;
- проектировать цветной колорит рекламного продукта для определенного заказчика;
- реализовывать художественный замысел в подборе колорита рекламы;

владеть:

- навыками составления колористической гармонии;
- навыками рекламно-информационной деятельности;
- способностью организовать подготовку к выпуску рекламной продукции.

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 дисциплины в структуре ОПОП ВО

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

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: общепрофессиональных:

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

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 обучающийся должен:

знать:

- технологии пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных учреждений и органов, их позиционирование в рыночной среде;

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;

- 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;

- применять полученные знания и навыки как в теоретических исследованиях, так и в практических областях профессиональной работы;

владеть:

- основными методами и приёмами сбора информации и анализа документов;

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

- навыками организации информационной работы и специальных событий.

РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ

Трудоемкость: 5 зач. ед. (180 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цели и задачи дисциплины:

- 1) ознакомить студентов с современными нормами русского языка;
- 2) повысить уровень практического владения современным русским литературным языком в устной и письменной его разновидностях;
- 3) сформировать у студентов навыки продуцирования связных, правильно построенных монологических текстов на разные темы в соответствии с коммуникативными намерениями говорящего и ситуацией общения, а также навыки участия в диалогических ситуациях общения;
- 4) научить правильному стилистическому использованию речевых средств;
- 5) научить компетентно оценивать, редактировать публичные выступления, готовить материалы, лежащие в основе публичной аргументации;
- 6) выработать у студентов лингвистическое чутье, привить любовь к грамотной речи и нетерпимость к засорению языка различными жаргонами, к неоправданному снижению стиля.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО 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 обучающийся должен:

знать: основные понятия теории культуры речи, роды и виды словесности, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля;

уметь: дифференцировать и производить отбор языковых средств соотносительно с функциональным стилем; продуцировать связные, правильно построенные монологические тексты; создавать собственные публицистические произведения; составлять официальные документы; логически выстраивать аргументацию; участвовать в диалогических ситуациях общения; распознавать, комментировать и исправлять речевые ошибки в устной и письменной речи;

владеть: навыками самообучения грамотному письму и говорению, приобретения новых знаний в области культуры речи, навыками корректного общения при различных установках.

СТИЛИСТИКА И ЛИТЕРАТУРНОЕ РЕДАКТИРОВАНИЕ

Трудоемкость: 5 зач. ед. (180 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – знакомство студентов с общетеоретическими вопросами стилистики и литературного редактирования, выработка практических навыков и умений работы с конкретными текстами.

Задачи дисциплины:

- формирование у студентов целостного, системного представления о функционировании языка в его стилевых разновидностях, о стилистических ресурсах языка, коннотациях;
- развитие умений анализировать и создавать тексты разных функциональных стилей и жанров в сфере рекламы и связей с общественностью;
- обретение навыков успешной коммуникации.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО 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 обучающийся должен:

знать:

- теоретические аспекты изучаемой дисциплины, а именно ее предмет, проблематику, основные категории и базовые понятия («стиль», «функциональный стиль», «стилистическая норма», «стилистическая ошибка», «стилистические ресурсы современного русского языка», «стилистическая окраска»);

- различные виды текстов и особенности работы с ними;

- основные тенденции развития стилистической системы;

- определение стилистической нормы и ее отношение к литературной норме русского языка;

- состав и систему стилистических ресурсов, а также функциональных стилей современного русского литературного языка, их дифференциальные признаки;

- закономерности функционирования языковых средств в различных речевых разновидностях, обусловленных целями и задачами общения;

уметь:

- использовать стилистические возможности единиц разных языковых уровней для достижения целей коммуникации в различных контекстах;

- оформлять собственные высказывания в соответствии с коммуникативными качествами хорошей речи и требованиями жанра;

- пользоваться (оперировать) лексическими и грамматическими синонимами современного русского литературного языка при создании разнотипных и разножанровых текстов;

- оценивать особенности того или иного контекста с точки зрения соблюдения стилистических норм современного русского языка, в случае необходимости исправлять стилистические ошибки

- правильно интерпретировать стилистическую информацию, какую несут единицы разных уровней языка (лексическую, грамматическую);

- определять уместность использования языковых средств с учетом их стилистической маркированности;

владеть навыками:

- мотивированного отбора языковых средств и их организации в тексте в зависимости от коммуникативного задания;

- эффективного использования экспрессивных возможностей языковых единиц при создании текстов массовой коммуникации;

- работы с логическими и композиционными основами редактирования текста;

- работы с фактическим материалом;

- стилистической правкой текста при сохранении индивидуально-авторских особенностей.

РАБОТА С ТЕКСТАМИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Трудоемкость: 4 зач. ед. (144 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель: сформировать у обучающихся базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки творческой концепции рекламного продукта и содержания сообщений деловых коммуникаций, их вербального художественно-творческого воплощения. Задачи: развитие практических навыков составления маркетинговых, социальных и политических текстов.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО 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 обучающийся должен:

знать:

- базовые принципы создания и функционирования рекламного и PR-текста;
- коммуникативную природу, композиционную и коммуникативно-функциональную структуру рекламного и PR-текста;
- жанровые формы, стилевую принадлежность, языковые особенности;
- этапы, принципы и методы создания рекламных и PR-сообщений в целом и их вербальных составных частей;

уметь:

- свободно оперировать ключевыми понятиями и терминами по курсу пользоваться инвентарем средств коммуникативного воздействия, используемым в рекламе и связях с общественностью;

- осуществлять экспертизу эффективности рекламных и PR-текстов;

владеть:

- базовыми навыками, касающимися разработки концепций рекламного и PR-обращения, на основе которых создаются сообщения деловых коммуникаций;

- первичными навыками использования средств подготовки эффективных текстов при создании рекламного и PR-продукта.

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

Дисциплина входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО 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:

- 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:

- сущность имиджа, его составляющие и роль в различных сферах общественных отношений;

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;

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.

ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ КАМПАНИЙ В СФЕРЕ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Трудоемкость: 5 зач. ед. (180 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Целью является обучение основным знаниям и навыкам разработки, реализации и оценки эффективности кампаний в области связей с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах. В курсе учитывается подготовка, полученная студентами в рамках базовых и специальных профессиональных дисциплин в области связей с общественностью (СО), по рекламе, журналистике, социологии, маркетингу, экономике, праву и раскрывается возможность их прикладного применения в планировании и осуществлении PR-кампаний.

Задачи состоят в формировании у студентов необходимых знаний для решения практических задач по планированию, организации кампаний, навыков прогнозирования и анализа полученных результатов.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО 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);

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

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- виды и средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде;

- технологию проведения социологических и маркетинговых исследований;

уметь:

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

владеть:

- современными технологиями профессиональной деятельности;
- навыками организации и проведения PR-кампаний.

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА БРЕНДИНГА

Трудоемкость: 4 зач. ед. (144 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель: изучение базовых понятий и концептуальных основ брендинга как теоретического и практического курса в учебной программе обучающихся направления подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Задачи: изучить категориально-понятийный аппарат, научить теоретическому и практическому анализу в контексте бренд-коммуникаций, способствовать созданию профессионального мышления.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО 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:

- 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:

- особенности работы с брендами разного уровня;
- основные технологии и формы брендинга;
- о культурных и национальных особенностях брендинга;

уметь:

- описывать ситуации стратегического или тактического развития бренда;
- выделять особенности бренда и их специфику;
- проектировать элементы бренда;
- анализировать современные бренды через призму лояльности и доверия;

владеть:

- представлением о сущности, видах и функциях брендинга в целом, основными тенденциями развития современного брендинга.

ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ

Трудоемкость: 2 зач.ед. (72 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 дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в базовую часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО 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 обучающийся должен:

знать:

- основы физической культуры и здорового образа жизни;
- методы правильного физического воспитания и укрепления здоровья с помощью физических упражнений;

уметь:

- использовать методы физического воспитания для достижения должного уровня физической подготовки для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;

- понимать роль физической культуры в развитии человека и подготовке специалиста, развивать и совершенствовать психофизические способности и качества, использовать физкультурно-спортивную деятельность для повышения своих функциональных и двигательных возможностей, для достижения личных жизненных и профессиональных целей;

владеть:

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

ВВЕДЕНИЕ В СПЕЦИАЛЬНОСТЬ

Трудоемкость: 2 зач. ед. (72 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель: дать развернутое представление об рекламе и связях с общественностью как видах коммуникационной деятельности, ознакомить студентов с основными этапами развития рекламы и PR.

Задачи: изучение понятийного аппарата и взаимосвязи между такими видами коммуникационной деятельности как реклама, связи с общественностью и журналистика.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в вариативную часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО 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:

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:

- основные этапы становления рекламной индустрии;
- основные этапы развития PR;
- основные понятия и термины рекламы и связей с общественностью;

уметь:

- свободно оперировать ключевыми понятиями и терминами по курсу;

- применять на практике знания, связанными с видами профессионально-ориентированной коммуникации;

владеть:

- способностью осуществлять профессиональные функции в области рекламы в различных структурах общества и средствах массовой информации.

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ОРГАНАХ ВЛАСТИ

Трудоемкость: 3 зач. ед. (108 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины: ознакомить студентов с основными теоретическими подходами и взглядами на место и роль связей с общественностью в системе государственного и политического управления.

Задачи дисциплины: усвоить теоретические основы управления общественными отношениями; получить комплексное представление о целях, формах и конкретных технологиях планирования и реализации коммуникационного взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, общественными институтами, бизнесом; развить коммуникативные и организаторские навыки, аналитическое мышление.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в вариативную часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО 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 обучающийся должен:

знать:

- принципы и технологии взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, политическими партиями, общественными организациями и бизнесом;

уметь:

- анализировать общественное мнение, выявлять массовые настроения; объяснять и доносить до общественности сущность принимаемых решений;
- собирать, оценивать информацию, формировать коммуникативное пространство; владеть:
- технологиями по проектированию, организации различных видов диалогов органов публичной власти с институтами гражданского общества;
- навыками формирования и продвижения имиджа органов власти и руководителей.

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СФЕРЕ

Трудоемкость: 11 зач. ед. (396 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель - формирование навыков устной и письменной речи делового английского языка, развитие способностей общаться средствами английского языка.

Задачи дисциплины:

- развитие умений устной продуктивной речи (монологической и диалогической);
- развитие умений чтения иноязычного (английского) текста профессиональной направленности;
- развитие умений использования лексики по темам, предусмотренным программой, в рамках профессионального общения;
- формирование навыков перевода с английского языка на русский;
- развитие умений выражения собственного мнения по обсуждаемым вопросам средствами иностранного (английского) языка.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в вариативную часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО 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);

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 обучающийся должен:

знать:

- особенности делового этикета, определяемые культурой среды англоязычных стран;

уметь:

- применять полученные знания в процессе устной речи на английском языке в ситуациях делового общения;

- понимать речь на слух;

владеть:

- умениями аудирования, чтения, говорения и письма на изучаемом языке;
- основными коммуникативными грамматическими структурами, наиболее употребительными в письменной и устной речи.

ОСНОВЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Трудоемкость: 4 зач. ед. (144 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины - формирование навыков организационно-управленческой работы с малыми коллективами и способности участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры в государственных учреждениях, общественных организациях.

Задачи дисциплины:

- изучение основных теоретических позиций внутренней и внешней коммуникационной инфраструктуры государственных учреждений, общественных организаций;
- организация работы с населением, общественными организациями и предприятиями, расположенными на территории муниципального образования;
- организация работы органов местного самоуправления со средствами массовой информации.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в вариативную часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО 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:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- социально-экономическую сущность, принципы и функции государственного и муниципального управления;
- специфику организации системы современного государственного и муниципального управления;
- особенности теории и практики государственного и муниципального управления в различных странах;
- проблемы взаимодействия федеральных и местных органов власти;
- особенности практической реализации государственных и муниципальных управленческих решений;
- тенденции совершенствования и развития государственного и муниципального управления;

уметь:

- оценивать состояние государственных и муниципальных органов власти и профессионализм управленческого звена;
- анализировать и сравнивать модели государственного и муниципального управления;
- применять на практике принципы современного государственного и муниципального управления;
- определять задачи государственных и муниципальных служащих в области принятия и исполнения решений, опираясь на зарубежный опыт;
- использовать полученные знания в области государственного и муниципального управления в реализации профессиональных навыков;

владеть:

- навыками самостоятельного освоения новых знаний, профессиональной аргументации.

ОСНОВЫ МЕДИАПЛАНИРОВАНИЯ

Трудоемкость: 4 зач. ед. (144 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель: раскрыть принципы функционирования современного медиарынка и медиаизмерений как составной и неотъемлемой части современного информационного пространства; научить применять полученные знания в практической деятельности по организации, планированию и осуществлению коммуникационной деятельности.

Задачи: знакомство с понятийным аппаратом; показать взаимосвязь между типами целевых аудиторий, их ценностями и информационными ожиданиями; рассмотреть особенности медиапланирования исходя из специфики целевой аудитории; показать методику анализа медиапространства в целом и подготовленного медиаплана с целью его оптимизации по заданным параметрам.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в вариативную часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО 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 обучающийся должен:

знать:

- особенности восприятия информации, получаемой через различные виды СМИ;
- факторы, влияющие на развитие современной системы СМИ и перспективах ее развития;

- различные технологии медиаизмерения, их сравнительные преимущества и недостатки;

- основные термины медиапланирования и базовые принципы медиапотребления и медиаизмерения;

- алгоритм составления медиаплана и организации мониторинга СМИ;

- приемы и методы анализа медиапространства;

- основные критерии, определяющие эффективность медиавоздействия;

уметь:

- составлять и оптимизировать медиаплан информационной и рекламной кампании по заданным параметрам;

- заказывать и проводить анализ медиапространства;

- посредством коммуникационного аудита выявлять информационные потребности и медийные предпочтения целевой аудитории;

- использовать современные программно-аппаратные комплексы, применяемые в медиапланировании;

владеть:

- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации;

- способностью осуществлять бюджетное планирование коммуникационного департамента, определять средства оценки эффективности коммуникаций.

ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Трудоемкость: 4 зач. ед. (144 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель: формирование у обучающихся знаний принципов функционирования социальных медиа, развитие умений и навыков эффективного использования возможностей социальных медиа в профессиональной деятельности.

Задачи: получение базовых знаний о специфике социальных медиа как нового типа средств массовой информации и коммуникации; формирование основ практических умений организации работы с социальными медиа.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в вариативную часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО 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 обучающийся должен:

знать:

- основные этапы становления рекламной индустрии особенности Интернета как коммуникационной среды;

- принципы функционирования социальных медиа в Интернет;

- существующие платформы социальных медиа;

- возможности использования социальных медиа в профессиональной деятельности;

уметь:

- свободно осуществлять регистрацию на сетевых сервисах;

- создавать аккаунт сервиса;

- работать с информацией в глобальных компьютерных сетях;

- формировать сообщества в социальных сетях;

владеть:

- основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией;

- принципами и механизмами передачи информации внутри сети Интернет между сетевыми сообществами.

ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ (ЭЛЕКТИВНАЯ ДИСЦИПЛИНА)

Трудоемкость 328 ч.

1. Цели и задачи дисциплины

Цель преподавания дисциплины – 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 изучения дисциплины:

- 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

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

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- 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 обучающийся должен:

знать:

- основы физической культуры и здорового образа жизни;

уметь:

- понимать роль физической культуры в развитии человека и подготовке специалиста, развивать и совершенствовать психофизические способности и качества, использовать физкультурно-спортивную деятельность для повышения своих функциональных и двигательных возможностей, для достижения личных жизненных и профессиональных целей;

владеть:

- системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья.

МИРОВАЯ ПОЛИТИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

Трудоемкость: 3 зач. ед. (108 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель: дать развернутое представление об основных проблемах и тенденциях современных международных отношений, о механизмах регулирования международных процессов, о вопросах национальной безопасности в политическом контексте, глобализации и интернационализации международной жизни.

Задачи: сформировать у обучающихся комплексное видение современных международных процессов; познакомить с основными направлениями внешнеполитической стратегии России и перспективами ее развития; с теоретическими основами, принципами и особенностями взаимодействия политических, экономических и военных факторов в международных отношениях; сформировать понятийный аппарат, связанной с теоретическими подходами и практикой реализации внешней политики.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

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

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурных:

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

профессиональных:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- закономерности функционирования современных международных отношений, сущность проблем и процессов современных международных отношений и мировой политики;

уметь:

- применять концептуальные знания, прогнозировать развитие внешнеполитических процессов;

- анализировать внешнюю политику государств в контексте современных международных отношений;

владеть:

- понятийным аппаратом курса, основными методами и приемами исследовательской и практической работы в области экономических и политических процессов в мире.

ПОЛИТИЧЕСКАЯ ИСТОРИЯ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ И ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН

Трудоемкость: 3 зач. ед. (108 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цели изучения дисциплины – формирование у обучающихся современного политического знания на основе мирового и отечественного опыта, овладение научной основой знания о политической истории России и зарубежных стран.

Задачи: теоретическое освоение студентами основополагающих знаний о политической истории России и зарубежных стран, функционировании системы государственной политики и экономики, их особенностях и роли; выработка умения анализировать процессы государственного управления в России и за рубежом; понимание роли политики и ее влияния на экономику и правовую сферу; овладение основами политических знаний для решения экономических задач в интересах России.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

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

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурных:

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

профессиональных:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- закономерности развития политической истории России и зарубежных стран;

уметь:

- анализировать политическую историю государств в контексте современных международных отношений;

владеть:

- понятийным аппаратом курса, основными методами и приемами исследовательской и практической работы в области политических процессов в мире.

ТЕХНОЛОГИИ 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 дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в вариативную часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО 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 обучающийся должен:

знать:

- основные понятия в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности;

уметь:

- под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях;

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.

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ИЗБИРАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Трудоемкость: 4 зач.ед. (144 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель: способствовать политической социализации студентов, их способности анализировать политическую действительность, формирование у них практических навыков планирования и проектирования в политическом и социальном пространстве.

Задачи дисциплины:

- изучить сущностные характеристики политических технологий и необходимость их применения;
- рассмотреть типы и виды политических технологий в современных условиях;
- изучить теоретические концепции и технологии государственного строительства и местного самоуправления;
- сформировать практические навыки политического анализа у студентов;

- изучить основные способы принятия политических решений в современных демократических политических системах;
- проанализировать методы анализа эффективности PR-кампаний политических партий в избирательных кампаниях;
- освоить технологии разработки стратегии избирательных кампаний.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в вариативную часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО 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 обучающийся должен:

знать:

- основные закономерности и тенденции мирового и российского политического процесса;

уметь:

- осуществлять письменную и устную коммуникацию на профессиональные темы на русском языке, логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь;
- работать с различными источниками информации;
- использовать методы современной политической науки и их применять в политологических исследованиях;
- применять политические технологии;
- осуществлять отбор источников достоверной информации, верифицировать полученную информацию и обрабатывать ее;

владеть:

- научных исследований политических процессов и отношений;
- участия в исследовательском процессе;
- участия в прикладных политических исследованиях и практической аналитической работе.

ПЕРСОНАЛЬНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Трудоемкость: 3 зач.ед. (108 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель: формирование целостной системы организации личного труда менеджера – приобретение теоретических знаний и практических навыков в области персонального менеджмента, который составляет сумму знаний об организации личного труда, накопленную в практике управленческой деятельности и представленную в виде принципов, способов, методов организации трудовой деятельности персонала управления.

Задачи:

1. Содействовать развитию умений и навыков самоорганизации, самостоятельной организации процесса управления, активизации творческого подхода в установлении деловых отношений.

2. Способствовать формированию внутренней мотивации, приобретение умения использовать полученные знания для самопознания, саморазвития, личностного самосовершенствования в практической деятельности и разнообразных жизненных ситуациях.

3. Обеспечить формирование пакета компетенций по психологическим особенностям личности как субъекта управления, по психологическому здоровью менеджера, по психологическим аспектам управления собственной карьерой, организации своего рабочего времени, технологии планирования личной работы и рационализации труда менеджера.

4. Сформировать культуру межличностного взаимодействия в сфере деловых отношений (научить выбирать стиль поведения в организации).

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в вариативную часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО 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);

профессиональные:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- модели качеств современного руководителя;

- различные подходы к лидерству;

- технологии поиска и формулирования жизненных целей, выбора карьеры и получения хорошей работы;

- правила адаптации в коллективе;

- правила планирования и эффективного использования рабочего времени;

- правила эффективной организации рабочего места;

- принципы и правила делегирования полномочий;

- технику публичного выступления и ведения переговоров, а также процесса подготовки и проведения собраний;

уметь:

- анализировать эффективность использования своего времени и находить резервы;

- организовать свое рабочее место;

- выступать публично, взаимодействовать с коллективом;

- управлять своим эмоционально-волевым потенциалом;

- формировать жизненные цели;

- оценивать эффективность организации управленческого труда;

владеть:

- понятиями, определениями, терминами и практическими навыками в области персонального менеджмента.

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:

- ознакомление с основным терминологическим аппаратом;

- раскрытие основных принципов тайм-менеджмента;
- обучение использованию в практической деятельности методов тайм-менеджмента.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в вариативную часть блока Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО 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);

профессиональные:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- модели качеств современного руководителя;
- различные подходы к лидерству;
- технологии поиска и формулирования жизненных целей, выбора карьеры и получения

хорошей работы;

- правила адаптации в коллективе;
- правила планирования и эффективного использования рабочего времени;
- правила эффективной организации рабочего места;
- принципы и правила делегирования полномочий;
- технику публичного выступления и ведения переговоров, а также процесса подготовки

и проведения собраний;

уметь:

- анализировать эффективность использования своего времени и находить резервы;
- организовать свое рабочее место;
- выступать публично, взаимодействовать с коллективом;
- управлять своим эмоционально-волевым потенциалом;
- формировать жизненные цели;
- оценивать эффективность организации управленческого труда;

владеть:

- понятиями, определениями, терминами и практическими навыками в области персонального менеджмента.

РОЛЬ НАЦИОНАЛЬНОГО ЯЗЫКА В ГОСУДАРСТВЕННОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ

Трудоемкость: 3 зач. ед. (108 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

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 дисциплины в структуре ОПОП ВО

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

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
общекультурные компетенции:

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

общепрофессиональные компетенции:

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

профессиональные компетенции:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- основные грамматические явления национального языка: части речи, грамматические категории, структуру предложения;

- культуру и традиции народа изучаемого языка, правила речевого этикета;

уметь:

- пользуясь отраслевым словарем, самостоятельно читать оригинальную литературу по специальности, извлекая при этом необходимую для работы информацию;

владеть:

- 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;

- 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;

- грамматическими навыками: основными грамматическими явлениями; структурой предложения.

ЧУВАШСКИЙ ЯЗЫК

Трудоемкость: 3 зач. ед. (108 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель: 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 дисциплины в структуре ОПОП ВО

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

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
общекультурные компетенции:

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

общепрофессиональные компетенции:

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

профессиональные компетенции:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- основные грамматические явления чувашского языка: части речи, грамматические категории, структуру предложения;

- культуру и традиции народа изучаемого языка, правила речевого этикета;

уметь:

- пользуясь отраслевым словарем, самостоятельно читать оригинальную литературу по специальности, извлекая при этом необходимую для работы информацию;

владеть:

- 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;

- 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;

- грамматическими навыками: основными грамматическими явлениями; структурой предложения.

ИНФОРМАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Трудоемкость: 1 зач. ед. (36 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины - дать полное представление о сущности и необходимости информационного менеджмента, освоение слушателями общих принципов, концепциями и современными методами в сфере управления информационными ресурсами на всех этапах жизненного цикла информационных систем.

Задачами изучения дисциплины являются:

-ознакомление с теоретическими и методологическими аспектами управления информации в организации;

-формирование у студента навыков управленческой деятельности в области информации;

-дать представление об организации как об объекте управления.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина относится к факультативным дисциплинам вариативной части «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
общекультурные компетенции:

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

профессиональные компетенции:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- теоретические основы и закономерности развития управления;
- методологию и принципы управления организацией;
- принципы принятия и реализации управленческих решений;
- методы повышения эффективности деятельности руководителя;

уметь:

- выявлять проблемы управленческого характера при анализе конкретных систем;

- систематизировать и обобщать полученную управленческую информацию;

- выбрать рациональные формы коммуникации, техники и информационные технологии, а также характеристики информационных ресурсов, необходимые для достижения целей организации;

- разрабатывать и обосновывать варианты эффективных управленческих решений;

владеть:

-навыками создания информационной инфраструктуры организации и управление информационными технологиями;

- навыками планирования, руководства, контроля и организации документационного обеспечения управления организацией по определенным целевым критериям для поддержки согласованных организационно-информационных действий членов организации;

-набором знаний и установленных правил для формирования эффективной системы управления организацией;

методами принятия и реализации управленческих решений.