

**Аннотации к рабочим программам
для студентов направления подготовки
«Реклама и связи с общественностью»**

АННОТАЦИЯ

дисциплины «История»

Трудоемкость: 4 зач. ед. (144ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

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

2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО бакалавриата:

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

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие следующих компетенций:

- использования основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

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

Уметь:

- логически мыслить, вести научные дискуссии;
- работать с разноплановыми источниками;
- осуществлять эффективный поиск информации и критики источников;
- получать, обрабатывать и сохранять источники информации;
- преобразовывать информацию в знание, осмысливать процессы, события и явления в России и мировом сообществе в их динамике и взаимосвязи, руководствуясь принципами научной объективности и историзма;
- формировать и аргументировано отстаивать собственную позицию по различным проблемам истории;
- соотносить общие исторические процессы и отдельные факты; выявлять существенные черты исторических процессов, явлений и событий;

- извлекать уроки из исторических событий и на их основе принимать осознанные решения.

Владеть:

- представлениями о событиях российской и всемирной истории, основанными на принципе историзма;
- навыками анализа исторических источников;
- приемами ведения дискуссии и полемики.

Разработчик: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, доц. кафедры отечественной и всеобщей истории Скворцова А.А.

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Философия»

Трудоемкость: 3 зач. ед. (108 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

Формирование представления о специфике философии как способе познания и духовного освоения мира, основных разделах современного философского знания, философских проблемах и методах их исследования; овладение базовыми принципами и приемами философского познания; введение в круг философских проблем, связанных с областью будущей профессиональной деятельности, выработка навыков работы с оригинальными и адаптированными философскими текстами.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО бакалавриата:

Данная учебная дисциплина входит в раздел Б 1 по направлению подготовки 031600 Реклама и связи с общественностью.

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

Философия является методологической основой при изучении других дисциплин.

Используются компетенции, сформированные у обучающихся в результате обучения в средней общеобразовательной школе по дисциплине «Обществознание».

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие следующих компетенций:

- использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-9).

В результате изучения дисциплины студент 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.

Владеть:

- навыками восприятия и анализа текстов, имеющих философское содержание, приемами ведения дискуссии и полемики, навыками публичной речи и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения.

Разработчики: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, заведующий кафедрой философии Михайлов С.А., доцент кафедры философии Воробьев Д.Н.

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Иностранный язык»

Трудоемкость: 8 зач. ед. (288ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

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

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

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

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

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

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата:

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

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие следующих компетенций:

- владение одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного (ОК-14).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности;
- основные значения изученных лексических единиц, обслуживающих ситуации иноязычного общения в социокультурной, деловой и профессиональной сферах деятельности, предусмотренной направлениями специальности;
- основные грамматические явления и структуры, используемые в устном и письменном общении;
- межкультурные различия, культурные традиции и реалии, культурное наследие своей страны и страны изучаемого языка;
- основные нормы социального поведения и речевой этикет, принятые в стране изучаемого языка.

Уметь:

- сообщать информацию на основе прочитанного текста в форме подготовленного монологического высказывания (презентации по предложенной теме);

- развертывать предложенный тезис в виде иллюстрации, детализации, разъяснения;
- выражать коммуникативные намерения в связи с содержанием текста в предложенной ситуации;
 - понимать монологические высказывания и различные виды диалога, как при непосредственном общении, так и в аудио/видеозаписи;
 - соблюдать речевой этикет в ситуациях повседневного и делового общения (устанавливать и поддерживать контакты, завершить беседу, запрашивать и сообщать информацию, побуждать к действию, выражать согласие/несогласие с мнением собеседника, просьбу);
 - письменно фиксировать информацию, получаемую при чтении текста, прослушивании аудиозаписи, просмотре видеоматериала;
 - письменно реализовывать коммуникативные намерения (запрос, предложение, побуждение к действию, выражение просьбы, не (согласие), отказ, извинение, благодарность).

Владеть:

- умениями грамотно и эффективно пользоваться источниками информации (справочной литературы, ресурсами Интернет);
- навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении на иностранном языке;
- навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке по своей специальности;
- навыками, достаточными для повседневного и делового профессионального общения, последующего изучения и осмысления зарубежного опыта в профилирующей и смежной областях профессиональной деятельности, совместной производственной и научной работы.

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

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Русский язык и культура речи»

Трудоемкость: 5 зач. ед. (180 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины: повысить уровень практического владения современным русским литературным языком в устной и письменной его разновидностях в профессиональной сфере.

Основные задачи дисциплины:

- 1) ознакомить студентов с современными нормами русского языка;
- 2) 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;
- 3) научить правильному стилистическому использованию речевых средств;
- 4) научить компетентно оценивать, редактировать публичные выступления, готовить материалы, лежащие в основе публичной аргументации;
- 5) 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 ООП бакалавриата:

Учебная дисциплина «Русский язык и культура речи в профессиональной деятельности» относится к базовой части Блока Б1 «Дисциплины (модули)».

2.1. Учебная дисциплина имеет практико-ориентированный характер и построена с учетом, в первую очередь, знаний, навыков и умений, приобретаемых студентами в процессе изучения социальных дисциплин и дисциплин профессионального цикла. Дисциплина «Русский язык и культура речи в профессиональной деятельности» представляет базовый этап в общей системе подготовки студентов к профессиональной коммуникации и создает основу для формирования общепрофессиональных компетенций. Для освоения данной дисциплины студенты используют знания, умения и виды деятельности, сформированные в процессе изучения дисциплин:

1. Риторика (ОК-5, ОПК-9).

2.2. Освоение данной дисциплины необходимо обучающемуся для успешного освоения следующих дисциплин (модулей), прохождения практик ОПОП по данному направлению подготовки:

1. Деловые коммуникации (ОПК-9).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

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

В результате изучения дисциплины студент 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 относительно с функциональным стилем;
- продуцировать связные, правильно построенные монологические тексты;
- создавать собственные публицистические произведения;
- составлять официальные документы и вести деловую переписку; 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.

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

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Психология»

Трудоемкость: 4 зач. ед. (144 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

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

Основными задачами дисциплины являются:

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

2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО бакалавриата:

Дисциплина «Психология» представляет собой дисциплину 1 Блока вариативной части дисциплин.

2.1 Дисциплина базируется на следующих дисциплинах (модулях, практиках) ООП:

1. История
2. Культурология

2.2 Освоение данной дисциплины необходимо обучающемуся для успешного освоения следующих дисциплин (модулей), прохождения практик ООП по данному направлению подготовки.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способностью отстаивать свою точку зрения, не разрушая отношения (ОК-7);
- стремлением к личностному и профессиональному саморазвитию, умением расставлять приоритеты, ставить личные цели, способностью учиться на собственном опыте и опыте других (ОК-11);
- умением критически оценивать личные достоинства и недостатки, конструктивно реагировать на критику в свой адрес (ОК-12);
- осознанием социально-экономической значимости будущей профессии, обладанием высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-13).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

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

Уметь:

- анализировать психологические теории возникновения и развития психики в процессе эволюции; прогнозировать изменения и динамику уровня развития и функционирования различных составляющих психику в норме и при психических отклонениях;

- осознавать методологические основы своей научно-исследовательской или практической работы;
- выбирать экспериментальные методы, адекватные целям своего исследования;
- пользоваться основными принципами психологии (активность, развитие, детерминизм, системность).

Владеть:

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

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

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Социология»

Трудоемкость: 3 зач.ед. (108 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

Целью освоения дисциплины «Социология» является формирование общего представления о социологической науке – её истории, предмете и методах. Социологические знания являются залогом эффективной профессиональной деятельности будущего специалиста, которая невозможна в условиях современного общества без понимания социальных процессов, а также без овладения навыками правильной их интерпретации.

Задачи дисциплины:

- изучение основных этапов развития социологической мысли;
- знакомство с основными направлениями социологической теории;
- формирование взгляда на общество как на социальную реальность и целостную саморегулирующуюся систему;
- социологическое понимание личности как субъекта социального действия и социальных взаимодействий;
- понимание социальных явлений и процессов, проблем социального развития мира, страны, региона;
- анализ и оценка современных социальных проблем;
- формирование активной гражданской позиции.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО бакалавриата:

Дисциплина «Социология» представляет собой дисциплину базовой части цикла профессиональных дисциплин.

2.1 Дисциплина базируется на следующих дисциплинах (модулях, практиках) ООП:

1. История

2. Философия

2.2 Освоение данной дисциплины необходимо обучающемуся для успешного освоения следующих дисциплин (модулей), прохождения практик ООП по данному направлению

подготовки: «Технологии управления общественным мнением», «Политические избирательные технологии».

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

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

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- направления социологической теории;
- определение общества как целостной саморегулирующейся системы и предпосылки функционирования и воспроизводства общественного целого;
- основные глобальные проблемы современного общества; культурно-исторические этапы социального неравенства и стратификацию, горизонтальную и вертикальную социальную мобильность;
- основные этапы культурно-исторического развития общества, механизмы и формы социальных изменений;
- механизмы возникновения и разрешения социальных конфликтов;
- социологическое понимание личности, понятие социализации и социального контроля; методы социологического исследования.

Уметь:

- анализировать основные проблемы стратификации российского общества, причина бедности и неравенства, взаимоотношения социальных групп, общностей этносов;
- работать с социологической литературой, анализировать первоисточники;
- активно участвовать в обсуждении вынесенных на семинарское занятие вопросов, сделать сообщение, выступить с докладом, т.е. наилучшим образом проявить активность, умение вести диалог, дискутировать, быть терпеливым к другому мнению; аргументировано отстаивать свою позицию по тому или иному вопросу;

Владеть:

- навыками применения социологического знания в профессиональной сфере, навыками работы со специальной научной и социологической литературой; применять полученные знания по социологии при изучении специальных дисциплин.

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

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Политология»

Трудоемкость: 3 зач.ед. (108 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

Целью является дать базовые знания в области современной политической науки, ее методологии и методики изучения; сформировать у студентов научные основы политического сознания и демократической политической культуры, способствовать развитию научного стиля мышления, навыков политологического анализа и прогнозирования политических процессов; применять понятийно-категориальный аппарат и основные законы политологии в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- формировать у студентов умение разбираться и свободно ориентироваться в политических процессах, протекающих в России и за ее пределами;
- изучить объект, предмет и метод политической науки, функции политологии;

- понять роль и место политики в жизни современных обществ;
- познать историю политических учений;
- изучить социокультурные аспекты политики, национально-государственные интересы России в новой геополитической ситуации.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО бакалавриата:

Дисциплина «Политология» представляет собой дисциплину базовой части цикла профессиональных дисциплин.

2.1. Дисциплина базируется на следующих дисциплинах (модулях, практиках) ООП:

1. «Социология»;
2. «Конфликтология».

2.2. Освоение данной дисциплины необходимо обучающемуся для успешного освоения следующих дисциплин (модулей), прохождения практик ООП по данному направлению подготовки: «Политические избирательные технологии», «Технологии управления общественным мнением», «Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью».

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

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

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные понятия и концепции рекламной и PR-деятельности в политике;
- теоретические и практические аспекты функционирования политических избирательных технологий;
- методы и формы рекламной и PR- деятельности в политике;
- основные принципы взаимодействия в политике, связей с общественностью и рекламы.

Уметь:

- раскрыть основные методы, функций политологии и связь политологии с другими общественными, социально-гуманитарными дисциплинами;
- разбираться в основных понятиях политологии;
- ориентироваться в политических процессах общества;
- самостоятельно провести сравнительный анализ политическим процессам в мире;
- различать типы политической элиты и политического лидерства;
- понять политические права и свободы граждан;
- дать оценку политическим явлениям и процессам.

Владеть:

- анализировать политические явления;
- свободно оценивать международные отношения;
- свободно рассматривать политические проблемы;
- анализа научно-политических концепций.

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

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Культурология»

Трудоемкость: 4 зач. ед. (144 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

Целью дисциплины является формирование у студентов системных знаний в области культурологии.

Задачи дисциплины:

- проследить становление и развитие понятий «культура» и «цивилизация»;
- рассмотреть взгляды на место культуры в социуме, представления о социодинамике, типологии и классификации культур, внутри- и межкультурных коммуникациях;
- осуществить знакомство с основными направлениями методологии культурологического анализа;
- выделить доминирующие в той или иной культуре ценности, значения и смыслы, составляющие ее историко-культурное своеобразие.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО:

Учебная дисциплина входит в раздел «Б.1.2 Гуманитарный, социальный и экономический цикл. Вариативная часть»

2.1. Дисциплина базируется на следующих дисциплинах (модулях, практиках)

1. Дисциплины гуманитарного цикла школьной программы.

2.2. Освоение данной дисциплины необходимо обучающимся для успешного освоения следующих дисциплин, прохождения практик ООП по данному направлению подготовки:

1. Деловые коммуникации (ПК-26, ПК-29, ПК-30).

2. Реклама и связи с общественностью в органах власти (ПК-19, ПК-20).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

- владеть культурой мышления, способностью к общению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные культурологические понятия (ОК-1);
- специфику и закономерности развития мировых культур, доминирующие в той или иной культуре ценности, значения и смыслы, составляющие ее историко-культурное своеобразие (ОК-1).

Уметь:

- оценивать достижения культуры на основе исторического контекста их создания, определять основные проблемы современной культурологии, включаться в межкультурный диалог (ОК-1).

Владеть:

- навыками самостоятельного освоения культурного опыта человечества, применения полученных знаний в своей профессиональной деятельности (ОК-1).

Разработчик: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, профессор кафедры коммуникационных технологий и менеджмента Петрова Г.Д.

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Основы права»

Трудоемкость: 4 зач. ед. (144 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

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

Основными задачами дисциплины являются:

- осознание необходимости правового регулирования общественных отношений, как условия законности и правопорядка;
- ознакомление с важнейшими принципами правового регулирования, определяющими содержание норм российского права;
- накопление и систематизация правовых знаний;
- характеристика и подробный анализ основных отраслей российского права;
- выработка навыков юридического мышления; формирование умения ориентироваться в особенностях правового регулирования профессиональной сферы жизнедеятельности;
- развитие основ гражданско-правового менталитета; понимание сущности отношений собственности и нормативно-правового регулирования земельно-имущественных отношений.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО бакалавриата:

Дисциплина «Основы права» представляет собой дисциплину 1 Блока базовой части дисциплин.

2.1 Дисциплина базируется на следующих дисциплинах (модулях, практиках) ООП:

1. История

2. История трудовых отношений

2.2 Освоение данной дисциплины необходимо обучающемуся для успешного освоения следующих дисциплин (модулей), прохождения практик ООП по данному направлению подготовки.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- знанием и умением использовать нормативные правовые документы в своей профессиональной деятельности (ОК-10);
- способностью обеспечивать предупреждение и профилактику личной профессиональной деформации и профессионального выгорания (ПК-71).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- понятие и признаки государства;
- форму отечественного государства;
- понятие и признаки права;
- понятие и признаки нормативного правового акта;
- понятие и виды источников права;
- понятие и структуры нормы права;
- состав правоотношений и правонарушений;
- юридические свойства Конституции Российской Федерации;
- основные права и обязанности человека и гражданина в Российской Федерации;
- основные источники, институты и понятия гражданского, трудового, семейного, административного, уголовного и экологического, социального, миграционного права.

Уметь:

- ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актов, регламентирующих сферу профессиональной деятельности;
- использовать правовые нормы в профессиональной и общественной деятельности;
- ориентироваться в правовом устройстве общества;
- ориентироваться в российском законодательстве;
- использовать нормы права для разрешения конкретных жизненных ситуаций;

– находить необходимые правовые акты.

Владеть:

- юридической терминологией;
- навыками уяснения и разъяснения норм права;
- навыками применения норм права.

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

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Чувашский язык»

Трудоемкость: 2 зач. ед. (72 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 ООП ВПО бакалавриата:

Дисциплина «Чувашский язык» относится к базовой части.

2.1 Дисциплина базируется на следующих дисциплинах ООП ВПО:

Для освоения дисциплины «Чувашский язык» студенты используют знания, умения, навыки, сформированные в процессе изучения предмета «Чувашский язык» в средней общеобразовательной школе.

2.2 Освоение данной дисциплины необходимо обучающемуся для успешного освоения следующих дисциплин, прохождения практик ООП по данному направлению подготовки:

1. Основы теории коммуникации (ПК-27).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины «Чувашский язык» направлен на формирование следующих компетенций:

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

В результате изучения дисциплины студент 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:

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

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

3. *Грамматическими навыками.* Основными грамматическими явлениями. Структурой предложения.

Разработчик: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, доцент кафедры чувашского языка и литературы Андреева Е.А.

АННОТАЦИЯ**дисциплины «Риторика»****Трудоемкость: 2 зач. ед. (72 ч.)****1. Цели и задачи дисциплины:**

Цель – формирование риторической компетенции будущего специалиста в области государственного и муниципального управления, то есть формирование таких знаний, умений и навыков, которые позволили бы ему совершенствовать свою речевую деятельность с целью достижения ее большей эффективности.

Задачи:

- формирование осмысленного отношения студентов к своей речи в различных социокультурных ситуациях; формирование норм, умений, навыков речевого поведения;
- развитие навыков публичного мышления и речи, форм взаимопонимания и тем самым совершенствование общего уровня культуры студентов;
- предлагает получение системных знаний об основных риторических понятиях и законах;
- знакомство с классической риторической литературой.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО бакалавриата:

Курс «Риторика» входит в вариативную часть (Б1.В.ДВ.2.1.1) гуманитарного, социального, экономического цикла ООП по направлению подготовки 036100 «Реклама и связи с общественностью» квалификация выпускника бакалавр.

2.1 Дисциплина базируется на следующих дисциплинах (модулях, практиках)

1. Русский язык и культура речи (ОК-2).

2.2 Освоение данной дисциплины необходимо обучающимся для успешного освоения следующих дисциплин (модулей), прохождения практик ООП по данному направлению подготовки:

1. Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью (ПК-6, ПК-24);
2. Речевое воздействие в рекламе и связях с общественностью (ПК-35).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- умеет логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь; способен к эффективному деловому общению, публичным выступлениям, переговорам, проведению совещаний, деловой переписке, электронным коммуникациям; способен использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии (ОК-9).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные понятия риторики; риторический канон; основные законы, принципы и правила эффективного общения (ОК-9);
- закономерности использования риторических приемов и выразительных средств языка в различных сферах речевой деятельности (ОК-9);
- правила ведения конструктивного спора; правила ведения деловой беседы (ОК-9). ;
- основные приемы речевого манипулирования общественным сознанием и приемы их нейтрализации.

Уметь:

- логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-9).

Владеть:

- риторическими навыками эффективного профессионального общения (ОК-9).

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

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Логика»

Трудоемкость: 2 зач. ед. (72 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель – дать студентам теоретические знания по основным разделам общего курса логики, сформировать умение правильно по форме мыслить и находить формальные ошибки в мышлении.

Основные задачи курса:

- определить место формальной логики в системе знания и ее соотношение с другими гуманитарными дисциплинами, показать полезность логики для развития теоретического и практического мышления;
- рассмотреть содержание важнейших логических форм, понятий и законов;
- ознакомить студентов с логическими основами доказательства и опровержения.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО бакалавриата:

Данная учебная дисциплина «Логика» входит в раздел Б1.В.ДВ.2.2 «Б.1 Профессиональный цикл. Вариативная часть».

2.1 Дисциплина базируется на следующих дисциплинах (модулях, практиках).

1. Дисциплины гуманитарного цикла, в том числе по историческим и обществоведческим дисциплинам

2.2 Освоение данной дисциплины необходимо обучающимся для успешного освоения следующих дисциплин, прохождения практик ООП по данному направлению подготовки:

1. Логика и теория аргументации (ОК-2, ПК-10).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- умением логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- умением использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- предмет и основные понятия логики, представление об аргументации (ОК-2).

Уметь:

- логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2).

Владеть:

- умением использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5).

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

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью»

Трудоемкость: 4 зач. ед. (144 ч.)

1. 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.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО бакалавриата:

Данная дисциплина в учебном плане располагается в базовой части математического и естественнонаучного цикла. Код учебной дисциплины в основной образовательной программе Б2.Б.1.

Дисциплина «Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью» базируется на знаниях, полученных в рамках среднего (полного) общего и среднего профессионального образования.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

– умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК – 2);

– владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, наличие навыков работы с компьютером как средством управления информацией (ОК – 12).

В результате изучения дисциплины бакалавр должен:

Знать:

– основные понятия, методы и приемы информатики, компьютерных технологий.

Уметь:

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

– создавать базы данных;

– использовать ресурсы Интернет.

Владеть:

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

– основными методами работы на ПЭВМ с прикладными программными средствами;

– навыками составления статистических отчетов;

– навыками работы в компьютерной сети Интернет.

Разработчики: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, преподаватель кафедры информационных технологий Яруськина Е. Т., старший преподаватель кафедры информационных технологий Алексеева Н. Р..

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Разработка мультимедийных программ»

Трудоемкость: 5 зач. ед. (180 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – формирование у бакалавров теоретических знаний и навыков по элементам мультимедиа и основам технологии создания мультимедиа приложений, организации в единое целое разнородной информации, представленной в различных форматах и возможности обеспечить активное воздействие человека на эти данные в реальном масштабе времени.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО бакалавриата:

Данная дисциплина в учебном плане располагается в математическом и естественнонаучном цикле (дисциплины по выбору). Код учебной дисциплины в основной образовательной программе Б2.В.ДВ.1.2.

Дисциплина «Разработка мультимедийных программ» базируется на знаниях, полученных в рамках среднего (полного) общего и среднего профессионального образования.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК – 13);
- способность организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК – 28).

В результате изучения дисциплины бакалавр должен:

Знать:

- принципы построения и использования информационных и интерактивных ресурсов Интернет;
- стандарты и средства компьютерного представления мультимедийной информации; технологию создания рекламного продукта на основе мультимедиа и Web-технологий;
- программные и аппаратные средства мультимедиа технологии;
- принципы создания мультимедиа-продуктов и использования мультимедиа технологий;

Уметь:

- использовать при создании рекламного продукта интегрированные информационные системы, пакеты графических программ;
- использовать аудио- и видеомонтажные программы;
- выбирать инструментальную среду для представления графического объекта;
- использовать мультимедийные и WEB-технологии для разработки, сопровождения и эксплуатации программного обеспечения информационных систем;
- разрабатывать WEB-документы.

Владеть:

- навыками работы с информационными и интерактивными Интернет-ресурсами;
- навыками обмена информацией средствами электронной почты;
- навыками использования мультимедиа-оболочек и технологий;
- навыками создания мультимедиа-приложений.

Разработчики: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, преподаватель кафедры информационных технологий Яруськина Е. Т., старший преподаватель кафедры информационных технологий Алексеева Н. Р.

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Основы теории коммуникации»

Трудоемкость: 4 зач. ед. (144 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

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

Задачи:

- формирование знаний о научном содержании и практической актуализации социальной коммуникации, сути предмета теории коммуникации, его функций и средств, обуславливающих его выделение в самостоятельную научно-практическую коммуникативную систему;
- понимание зависимости коммуникационного процесса от изменений, происходящих в социально-экономической, политической жизни общества и научно-технических преобразований в мире.
- освоение новых форм коммуникационного пространства, отвечающих потребностям информационного общества.
- знание основных направлений прикладных исследований в современной теории коммуникации.

2. Место учебной дисциплины в структуре ООП ВПО бакалавриата:

Дисциплина «Основы теории коммуникации» входит в «БЗ.Б.1.1 Профессиональный цикл. Базовая часть» ФГОС-3 по направлению подготовки 031600 Реклама и связи с общественностью.

2.1 Дисциплина базируется на следующих дисциплинах (модулях, практиках):

1. Деловое общение ОК-8;
2. Культурология ОК-1.

2.2 Освоение данной дисциплины необходимо обучающимся для успешного освоения следующих дисциплин (модулей), прохождения практик ООП по данному направлению подготовки:

1. Теория и практика рекламы ПК-13;
2. Теория и практика массовой информации ОК-12;
3. Основы интегрированных коммуникаций ПК-3;
4. Коммуникационный менеджмент ПК-16.

3. Требования к результатам освоения дисциплины :

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований (ПК-27).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

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

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.

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

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Теория и практика массовой информации»

Трудоемкость: 6 зач. ед. (216 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

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

Задачи:

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

2. Место учебной дисциплины в структуре ООП ВПО бакалавриата:

Учебная дисциплина «Теория и практика массовой информации» относится к профессиональному циклу базовой части Б.3. Б 1.3.

2.1. Дисциплина базируется на следующих дисциплинах (модулях, практиках):

1. Дисциплины гуманитарного цикла школьной программы;
2. Русский язык и культура речи ОК-2, ПК-6, ПК-10, ПК-34.

2.2. Освоение данной дисциплины необходимо обучающимся для успешного освоения следующих дисциплин, прохождения практик ООП по данному направлению подготовки:

1. Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью ОК-3, ПК-12, ПК-22;
2. Организация и планирование рекламной компании ПК-3, ПК-27.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);
- владение 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 (ПК-2).

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- общие сведения о теории и практике массовой информации, понятийный аппарат;
- содержание коммуникативного процесса и его составляющие,
- специфику функций отдельных средств массовой информации, виды массовой информации, основополагающие понятия.

Уметь:

- использовать полученные знания для выстраивания эффективного процесса коммуникации;
- оценивать отбор носителей информации, выполнить оценку эффективности СМИ.

Владеть:

- основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации;
- 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.

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

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Теория и практика рекламы»

Трудоемкость: 7 зач. ед. (252 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

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

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

2. Место учебной дисциплины в структуре ООП ВПО бакалавриата:

Учебная дисциплина «Теория и практика рекламы» относится к профессиональному циклу базовой части Б.3.Б.1.5.

2.1. Дисциплина базируется на следующих дисциплинах (модулях, практиках):

1. Основы теории коммуникации ПК-27;
2. Социология и психология массовых коммуникаций ПК-30.

2.2. Освоение данной дисциплины необходимо обучающимся для успешного освоения следующих дисциплин (модулей), прохождения практик ООП по данному направлению подготовки:

1. Организация и планирование рекламной кампании ПК-3, ПК-27;
2. Разработка и технологии производства рекламной продукции ПК-23, ПК-28.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- владеть навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве (ПК-13);
- уметь осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-14).

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- цели, задачи и стратегии рекламы, ее функции и место в обществе.

Уметь:

- осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия.

Владеть:

- навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве.

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

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Основы связей с общественностью»

Трудоемкость: 5 зач. ед. (180 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

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

2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО бакалавриата:

Учебная дисциплина «Основы связей с общественностью» относится к профессиональному циклу базовой части БЗ.Б.1.6

2.1. Дисциплина базируется на следующих дисциплинах:

1. Основы теории коммуникации ПК-27;
2. Социология и психология массовых коммуникаций ПК-30.

2.2 Освоение данной дисциплины необходимо обучающимся для успешного освоения следующих дисциплин, прохождения практик ООП по данному направлению подготовки:

1. Организация и планирование рекламной кампании ПК-22;
2. Стилистика и литературное редактирование ПК-34, ПК-35.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способностью проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ПК-11);
- способностью участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, нацелен на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работ (ПК-22);
- способностью подготовить, организовать и провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения; осуществить обработку и подготовку данных для анализа (ПК-32);
- способностью собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы (ПК-33).

В результате изучения дисциплины студент 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.

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

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций»

Трудоемкость: 2 зач. ед. (72 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель – получение знаний и профессионального понимания вопросов комплексности и системности интегрированных маркетинговых коммуникаций; формирование у обучающихся практических навыков в создании эффективных стратегий продвижения товаров или услуг на рынок.

Задачи дисциплины:

- изучить формы и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- изучить процессы планирования и реализации коммуникационной политики;
- научить методам оценки эффективности интегрированных коммуникационных стратегий.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО бакалавриата:

Учебная дисциплина входит в раздел БЗ.Б.2.1 «Б.3.Профессиональный цикл. Базовая часть» ФГОС-3 по направлению подготовки ВПО 031600 – «Реклама и связи с общественностью», читается в 1 и 2 семестре, форма итогового контроля – экзамен.

2.1. Дисциплина базируется на следующих дисциплинах (модулях, практиках):

1. Основы теории коммуникации ПК-27.

2.2. Освоение данной дисциплины необходимо обучающимся для успешного освоения следующих дисциплин, прохождения практик ООП по данному направлению подготовки:

1. Коммуникационный менеджмент ПК-2,ПК-3;

2. Основы медиапланирования ПК-8.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способностью под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-3).

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- теоретические основы создания системы интегрированных маркетинговых коммуникаций в процессе продвижения товаров и услуг (ПК-3);
- структуру маркетинговых коммуникаций, включающую инструменты рекламы, связей с общественностью (ПК-3).

Уметь:

- разрабатывать планы реализации маркетинговой коммуникационной политики предприятия (ПК-3);
- анализировать основные факторы развития интегрированных коммуникаций предприятия, проводить исследования предпочтений при выборе рекламных средств и инструментов продвижения, составлять графики реализации маркетинговых коммуникационных программ (ПК-3).

Владеть:

- навыками планирования и реализации рекламных кампаний, технологиями PR-коммуникаций, а также методиками оценки эффективности маркетинговой коммуникационной и рекламной политики предприятий (ПК-3).

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

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью»

Трудоемкость: 2 зач. ед. (72 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

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

Задачи:

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

2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО бакалавриата:

Дисциплина «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью» относится к базовой части профессионального цикла БЗ.Б.3.2.

2.1. Дисциплина базируется на следующих дисциплинах (модулях, практиках):

1. Основы менеджмента ПК-16, ПК-1;
2. Основы маркетинга ПК- 15, ПК-16, ПК-29;
3. Теория и практика рекламы ПК-13, ПК-14.

2.2. Освоение данной дисциплины необходимо обучающимся для успешного освоения следующих дисциплин, прохождения практик ООП по данному направлению подготовки:

1. Разработка и технологии производства рекламной продукции ПК-23, ПК-28.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- способность использовать основы теории мотивации при решении управленческих задач (ПК-13);
- способность участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, нацелен на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников (ПК-22).

В результате изучения дисциплины студент 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.

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

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Коммуникационный менеджмент»

Трудоемкость: 2 зач. ед. (72 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины: формирование у студентов целостного представления о сущности коммуникационного менеджмента как универсальной деятельности по изучению, проектированию, формированию и развитию коммуникационных систем (организации,

проекта, бренда, личности и т.д.), концепции управления изменениями посредством коммуникационных моделей, инструментов, технологий, методологии и методике проведения консалтинговых исследований в сфере управления коммуникациями.

Задачи дисциплины: определить роль коммуникационного менеджмента в управлении; ознакомление с теоретическими основами управления коммуникациями; рассмотрение различных сторон коммуникационной политики государства; анализ публичных релейшнз; определение актуальных проблем коммуникации; определение роли коммуникационного менеджмента в мировом сообществе.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО бакалавриата:

Учебная дисциплина «Коммуникационный менеджмент» относится к профессиональному циклу базовой части Б.3.Б.3.3.

2.1 Дисциплина базируется на следующих дисциплинах (модулях, практиках):

1. Основы теории коммуникации ПК-27.

2.2 Освоение данной дисциплины необходимо обучающимся для успешного освоения следующих дисциплин (модулей), прохождения практик ООП по данному направлению подготовки:

1. Технологии рекламы и связей с общественностью ПК-12.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- владением 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 (ПК-2);

- способностью под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-3).

В результате изучения дисциплины (модуля) студент должен:

Знать:

- историю становления и развития коммуникационного менеджмента за рубежом и в России; место, роль и функции коммуникационного менеджмента в структуре современного научного знания и практической деятельности.

Уметь:

- под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия.

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.

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

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Основы государственного и муниципального управления»

Трудоемкость: 6 зач. ед. (216 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

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

Задачи дисциплины:

- определить место и роль государственной власти и местного самоуправления в политической системе общества;
- ознакомиться с правовыми основами государственной власти и местного самоуправления;
- изучить территориальные и организационные основы государственной власти и местного самоуправления;
- изучить компетенцию федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления;
- сформировать знания об объектах и субъектах государственного и муниципального управления;
- освоить основные методы государственного и муниципального управления;
- выработать навыки применения теоретического инструментария к решению практических задач государственного и муниципального управления.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО бакалавриата:

Дисциплина «Основы государственного управления» относится к профессиональному циклу базовой части ООП бакалавриата (Б.3.1.) и ориентирована на повышение гуманистической составляющей при подготовке бакалавров. Дисциплина находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с другими частями ООП и базируется на знаниях, полученных при изучении дисциплин общенаучного и профессионального цикла, таких как: «Отечественная история», «Основы права», «Государственное регулирование экономики», «Теория организации», «Управление общественными отношениями», «Конституционное право». Базой для изучения дисциплины «Основы государственного управления» являются знания основных закономерностей и особенностей развития государственного управления в России и за рубежом, основ права, политологии, социологии и теории управления.

Полученные в процессе обучения знания могут быть использованы при изучении таких дисциплин, как: «Принятие и исполнение государственных решений», «Управление государственной и муниципальной собственностью», «Государственная и муниципальная служба», «Государственные и муниципальные финансы».

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих профессиональных (ПК) компетенций:

- владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-21);
- способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры (ПК-26).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- существующие концепции и идеи в области государственного и муниципального управления;
- основные политические и социально-экономические институты, влияющие на принятие и исполнение управленческих решений;
- специфику и задачи административно-управленческой деятельности, основные

показатели и критерии ее эффективности;

– структуру и механизм функционирования органов государственной и муниципальной власти в России.

Уметь:

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

Владеть:

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

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

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Основы маркетинга»

Трудоемкость: 2 зач. ед. (72 ч.)

1. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

– готовность к участию в составе коллектива исполнителей в организации и выполнении транспортно-технологических процессов (ПК-22);
– готовность использовать приемы и методы работы с персоналом, методы оценки качества и результативности труда персонала (ПК-25);
– готовность к кооперации с коллегами по работе в коллективе, к совершенствованию документооборота в сфере планирования и управления оперативной деятельностью эксплуатационной организации (ПК-26).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

– место и роль маркетинга в обеспечении конкурентных преимуществ предприятия на рынке и решении социально-экономических задач;
– принципы сегментации и выбора целевых рыночных сегментов;
– порядок проведения маркетинговых исследований;
– основы разработки комплекса маркетинга;
– особенности разработки комплекса маркетинга при выходе на внешние рынки;
– методические основы анализа и прогнозирования рынка, моделирования поведения потребителей, проведения конкурентного анализа и оценки собственной конкурентоспособности на рынке;
– методы оценки потенциальных возможностей предприятия и планирования стратегических альтернатив его развития;
– структуру и содержание маркетинговых планов;
– принципы организации маркетинговой службы на предприятии;
– методы оценки эффективности маркетинговой деятельности предприятий;

– правовые основы построения взаимоотношений с потребителями и поведения на рынке;

Уметь:

- собирать и анализировать маркетинговую информацию;
- сегментировать рынок по различным критериям на основе маркетинговой информации;
- анализировать и разрабатывать маркетинговый комплекс с учетом особенностей целевого рынка;
- проводить комплексное исследование рынка и оценку стратегических возможностей предприятия по завоеванию конкурентных позиций;
- представлять руководству предложения по разработке товарного ассортимента, организации каналов распределения, разработке ценовой политики предприятия, продвижению товаров на внутренние и внешние рынки;
- разрабатывать маркетинговые планы предприятия;
- эффективно организовать деятельность маркетинговой службы;
- практически использовать передовой опыт зарубежных и отечественных компаний при организации маркетинговой деятельности;
- рассчитывать бюджет и оценивать эффективность маркетинговой деятельности предприятия;

Владеть:

- методами сбора и анализа маркетинговой информации;
- методами анализа маркетинговой среды предприятия;
- методами сегментации рынка;
- технологией формирования комплекса маркетинга;
- технологиями воздействия на целевую аудиторию;
- методологией проведения комплексного исследования рынка;
- методами оценки конкурентоспособности предприятия и его стратегических возможностей по завоеванию конкурентных преимуществ;
- технологиями разработки маркетинговых планов;
- технологией формирования структуры маркетинговой службы предприятия;
- методами поиска, реализации и оценки маркетинговых решений.

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

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Организация и планирование рекламных кампаний»

Трудоемкость: 5 зач. ед. (180 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

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

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

2. Место учебной дисциплины в структуре ООП ВПО бакалавриата:

Учебная дисциплина «Организация и планирование рекламных кампаний» относится к профессиональному циклу базовой части Б.3.Б.4.

2.1. Дисциплина базируется на следующих дисциплинах (модулях, практиках):

1. Основы менеджмента ПК-16, ПК-17;
2. Основы маркетинга ПК- 15, ПК-16, ПК-29;
3. Теория и практика рекламы ПК-13, ПК-14.

2.2. Освоение данной дисциплины необходимо обучающимся для успешного освоения следующих дисциплин, прохождения практик ООП по данному направлению подготовки:

1. Разработка и технологии производства рекламной продукции ПК-23, ПК-28.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способностью под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-3);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований (ПК- 27).

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

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

Уметь:

- 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.

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

Аннотация

дисциплины «Безопасность жизнедеятельности»

Трудоемкость: 3 зач. ед. (108 ч.)

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Основной целью образования по дисциплине «Безопасность жизнедеятельности» является формирование профессиональной культуры безопасности, под которой понимается готовность и способность личности использовать в профессиональной деятельности приобретенную совокупность знаний, умений и навыков для обеспечения безопасности в сфере профессиональной деятельности, характера мышления и ценностных ориентации, при которых вопросы безопасности рассматриваются в качестве приоритета.

Основными задачами дисциплины являются:

- приобретение понимания проблем устойчивого развития, обеспечения безопасности жизнедеятельности и снижения рисков, связанных с деятельностью человека;
- овладение приемами рационализации жизнедеятельности, ориентированными на снижения антропогенного воздействия на природную среду и обеспечение безопасности личности и общества;
- формирование:

- культуры безопасности, экологического сознания и риск-ориентированного мышления, при котором ... вопросы безопасности и сохранения окружающей среды рассматриваются в качестве важнейших приоритетов жизнедеятельности человека;
- культуры профессиональной безопасности, способностей идентификации опасности и оценивания рисков в сфере своей профессиональной деятельности;
- готовности применения профессиональных знаний для минимизации негативных экологических последствий, обеспечения безопасности и улучшения условий труда в сфере своей профессиональной деятельности;
- мотивации и способностей для самостоятельного повышения уровня культуры безопасности;
- способностей к оценке вклада своей предметной области в решение экологических проблем и проблем безопасности;
- способностей для аргументированного обоснования своих решений с точки зрения безопасности.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО бакалавриата:

Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» является обязательным компонентом профессиональной подготовки специалиста любого профиля. Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» базируется на знаниях, предусмотренных Госстандартом для общеобразовательной средней школы.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие следующих компетенций:

- владение основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-15);

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- правовые, нормативно-технические и организационные основы безопасности жизнедеятельности; методы организации и обеспечения безопасности туристов и туристской деятельности;

Уметь:

- организовать защитные мероприятия при возникновении чрезвычайных ситуаций; обеспечить техническую и коммерческую, а также информационную безопасность деятельности предприятий туристской индустрии; оказывать первую медицинскую помощь;

Владеть:

- навыками обеспечения безопасности жизнедеятельности в производственных, бытовых условиях и в чрезвычайных ситуациях; навыками оказания первой медицинской помощи.

Разработчик: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, доц. кафедры биологии и основ медицинских знаний Саперова Е.В.

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Стилистика и литературное редактирование»

Трудоемкость: 4 зач. ед. (144 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

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

Задачи:

- изложение основ теоретической стилистики; формирование понимания важности литературной нормы;
- формирование навыков и умений оценивать и правильно употреблять языковые средства в речи в соответствии с конкретным функциональным стилем, в зависимости от содержания высказывания, целей, которые ставит перед собой говорящий (пишущий), ситуации и сферы общения;
- научение приемам стилистического анализа и литературного редактирования текста;
- развитие стилистического чутья.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО бакалавриата:

Учебная дисциплина «Стилистика и литературное редактирование» относится к вариативной части гуманитарного, социального, экономического цикла ООП по направлению подготовки 031600 «Реклама и связи с общественностью» Б.3.В.2/1.

2.1 Дисциплина базируется на следующих дисциплинах (модулях, практиках):

1. Основы теории коммуникации ПК-27;
2. Деловое общение ОК-8.

2.2 Освоение данной дисциплины необходимо обучающимся для успешного освоения следующих дисциплин (модулей), прохождения практик ООП по данному направлению подготовки:

1. Теория и практика массовой информации ОК-12, ПК-2;
2. Теория и практика рекламы ПК-13, ПК-14;
3. Технология управления общественным мнением ПК-4, ПК-12, ПК-31.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- владение основами речи, знание ее видов, правил речевого этикета и ведения диалога, законов стиля и композиции, приемов убеждения (ПК-5);
- владение навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-34);
- владение навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов (ПК-35).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные понятия и категории стилистики как науки;
- функциональный потенциал стилистических ресурсов фонетики, лексики, фразеологии, словообразования, морфологии и синтаксиса русского языка;

Уметь:

- создавать речевые произведения с учетом особенностей ситуации общения.

Владеть:

- основными приемами информационной переработки текста, создания различных типов текстов, доработки и обработки (корректур, редактирование и т.п.) различных типов текстов.

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

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Основы медиапланирования»

Трудоемкость: 3 зач. ед. (108 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель:

- изучение функционирования института СМК в современном социуме; знание теории массовых коммуникаций, закономерностей развития и специфики отдельных средств массовых коммуникаций;

- освоение принципов и алгоритмов медиапланирования как одной из составляющих процесса планирования рекламных и PR-кампаний, рассмотрение отдельных средств массовых коммуникаций, специфики их функций и воздействия на аудиторию, их характеристики в качестве средств рекламы.

Задачи:

- изучение основных представлений о функционировании массовых коммуникаций в обществе, ознакомление студентов с теориями массовых коммуникаций;

- получение системного комплекса знаний о существовании в современном обществе информационной индустрии как социального института;

- рассмотрение отдельных средств массовых коммуникаций, специфики их функций и воздействия на аудиторию;

- изучение зависимостей между деятельностью средств массовой коммуникации в современном мире и рекламной деятельностью; определение места и роли рекламы в структуре СМК, включая новейшие информационные каналы;

- освоение основных параметров медиаанализа и медиапланирования, практическое использование критериев выбора рекламоносителя;

- получение студентами навыков составления медиаплана, оценки его эффективности.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО бакалавриата:

Дисциплина «Основы медиапланирования» входит в «Б.3.В. ОД.2 Профессиональный цикл. Вариативная часть» ФГОС-3 по направлению подготовки 031600 Реклама и связи с общественностью.

2.1. Дисциплина базируется на следующих дисциплинах:

1. Основы теории коммуникации ПК-27;

2. Интегрированные коммуникации ПК-3.

2.2. Освоение данной дисциплины необходимо обучающимся для успешного освоения следующих дисциплин, прохождения практик ООП по данному направлению подготовки:

1. Основы интегрированных коммуникаций ПК-3.

2. Организация и планирование рекламных кампаний ПК-27.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- овладение базовыми навыками медиапланирования (ПК-8).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- специфику функционирования различных средств массовой коммуникации;
- организации, занимающиеся медиаанализом и медиапланированием;
- коммуникационную деятельность бизнес-структуры;
- методики медиапланирования.

Уметь:

- произвести корректный отбор эффективных медианосителей рекламы;

- организовать, провести рыночное наблюдение, опрос, анкетирование для целей медиапланирования деятельности своей организации.

Владеть:

- базовыми навыками медиапланирования.

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

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью»

Трудоемкость: 3 зач. ед. (108 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель изучения дисциплины - формирование у студентов комплексного понимания принципов и норм сочетания правового и этического регулирования в сферах массовой информации, рекламы и связей с общественностью, направленного на обеспечение баланса интересов личности, общества и государства. Помимо формирования профессиональной правовой культуры будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью, курс преследует цель гражданского воспитания личности.

Задачи дисциплины:

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

2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО бакалавриата:

Дисциплина «Правовое регулирование информационно-рекламной деятельности» относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины» по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

2.1 Дисциплина базируется на следующих дисциплинах (модулях, практиках) ООП:

1. Основы права (ОК-5, ОК-17);
2. Теория и практика массовой информации (ОК-12, ПК-2).

2.2 Освоение данной дисциплины необходимо обучающемуся для успешного освоения следующих дисциплин (модулей), прохождения практик ООП по данному направлению подготовки:

1. Организация и проведение компаний в сфере связей с общественностью (ОК-11);
2. Основы связей с общественностью (ПК-11, 22, 33);
3. Связи с общественностью в органах власти (ПК-19, 20);
4. Политические избирательные технологи (ПК-9, 14).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);
- знание своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умением использовать действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии (ОК-17).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные правовые нормативные документы, регулирующие информационно-коммуникационную сферу;
- цели, задачи и методы организации работы отдела по связям с общественностью в учреждениях и их сочетание с правовыми нормами.

Уметь:

- вычленять нормы правового регулирования в конкретных ситуациях их применения;
- использовать правовые нормы в информационной сфере.

Владеть:

- знаниями информационного, гражданского, уголовного и административного права;
- знаниями правовой грамотности.

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

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Реклама и связи с общественностью в органах власти»

Трудоемкость: 3 зач. ед. (108 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

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

Задачи дисциплины:

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

2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО бакалавриата:

Учебная дисциплина «Связи с общественностью в органах власти» относится к профессиональному циклу базовой части БЗ.В.ОД.4.

2.1. Дисциплина базируется на следующих дисциплинах (модулях, практиках):

1. Основы теории коммуникации ПК-27;
2. Основы связей с общественностью ПК-11.

2.2. Освоение данной дисциплины необходимо обучающимся для успешного освоения следующих дисциплин (модулей), прохождения практик ООП по данному направлению подготовки:

1. Организация и планирование рекламной кампании ПК-3, ПК-27;
2. Разработка и технологии производства рекламной продукции ПК-23, ПК-28.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способностью 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 общество (ПК- 19);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК- 20).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- организационную структуру предприятия; роль и функции отдела рекламы и СО в организации.

Уметь:

- принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общество.

Владеть:

- навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации.

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

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Логика и теория аргументации»

Трудоемкость: 2 зач. ед. (72 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель – дать студентам теоретические знания по основным разделам общего курса логики, сформировать умение правильно по форме мыслить и находить формальные ошибки в мышлении.

Основные задачи курса:

- определить место формальной логики в системе знания и ее соотношение с другими гуманитарными дисциплинами, показать полезность логики для развития теоретического и практического мышления;
- рассмотреть содержание важнейших логических форм, понятий и законов;
- ознакомить студентов с логическими основами доказательства и опровержения.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО бакалавриата:

Данная учебная дисциплина входит в раздел Б3.В.ОД.6 «Б.3 Профессиональный цикл. Базовая часть».

2.1. Дисциплина базируется на следующих дисциплинах (модулях, практиках):

1. Дисциплины гуманитарного цикла, в том числе по историческим и обществоведческим дисциплинам.

2.2. Освоение данной дисциплины необходимо обучающимся для успешного освоения следующих дисциплин, прохождения практик ООП по данному направлению подготовки:

1. Связи с общественностью в кризисных ситуациях ПК-18.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- умением логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- предмет и основные понятия логики, представление об аргументации.

Уметь:

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

Владеть:

- способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы.

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

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Разработка и технологии производства рекламной продукции»

Трудоемкость: 4 зач. ед. (144 ч.)

• Цели и задачи дисциплины:

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

Задачи:

- сформировать у студентов представление об этапах, принципах и методах разработки рекламного продукта;
- ознакомить с функциями креаторов, дизайнеров, копирайтеров в рекламном агентстве;
- овладеть навыками разработки рекламного продукта в печатных и электронных СМИ.

2. Место учебной дисциплины в структуре ООП ВПО бакалавриата:

Учебная дисциплина «Разработка и технологии производства рекламного продукта» относится к профессиональному циклу вариативной части БЗ.В.ОД.9.

2.1. Дисциплина базируется на следующих дисциплинах (модулях, практиках):

1. Основы маркетинга ПК-15, ПК-16, ПК-29
2. Теория и практика рекламы ПК-13, ПК-14.

2.2. Освоение данной дисциплины необходимо обучающимся для успешного освоения следующих дисциплин (модулей), прохождения практик ООП по данному направлению подготовки:

1. Организация и планирование рекламной компании ПК-3, ПК-27.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способностью к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд (ПК-23);
- способностью организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-28).

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

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

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.

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

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Брендинг»

Трудоемкость: 5 зач. ед. (180 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

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

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

2. Место учебной дисциплины в структуре ООП ВПО бакалавриата:

Учебная дисциплина «Теория и практика брендинга» относится к профессиональному циклу вариативной части БЗ.В.ОД.11.

2.1. Дисциплина базируется на следующих дисциплинах (модулях, практиках)

1. Основы маркетинга ПК-15, ПК-16, ПК-29;

2. Теория и практика рекламы ПК-13, ПК-14.

2.2. Освоение данной дисциплины необходимо обучающимся для успешного освоения следующих дисциплин (модулей), прохождения практик ООП по данному направлению подготовки:

1. Разработка и технологии производства рекламной продукции ПК-23, ПК-28.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- обладает базовыми навыками бренд-менеджмента (ПК-7).

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- историю брендинга, основные понятия бренда и брендинга, виды брендов, маркетинг бренда и философию брендинга.

Уметь:

- планировать и организовывать деятельность по построению бренда и ребрендингу;
- осуществлять позиционирование и эмоциональное ТМ;
- моделировать фирменный стиль компании/товара.

Владеть:

- базовыми навыками бренд-менеджмента.

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

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Технология управления общественным мнением»

Трудоемкость: 4 зач. ед. (144 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

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

Задачи:

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

2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО бакалавриата:

Дисциплина «Технология управления общественным мнением» входит в «Б.3.В.ДВ.1 Профессиональный цикл. Дисциплины и курсы по выбору» ФГОС-3 по направлению подготовки 031600 Реклама и связи общественностью.

2.1 Дисциплина базируется на следующих дисциплинах (модулях, практиках):

1. Основы теории коммуникации ПК-27.

2.2 Освоение данной дисциплины необходимо обучающимся для успешного освоения следующих дисциплин (модулей), прохождения практик ООП по данному направлению подготовки:

- | | |
|--|--------|
| 1. Организация и планирование рекламной кампании | ПК-27; |
| 2. Организация работы отдела рекламы и СО | ПК-3. |

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способность под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях (ПК – 4);
- способность реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК - 12);
- способность 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 (ПК – 31).

В результате изучения дисциплины студент 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.

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

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Введение в социальную рекламу»

Трудоемкость: 2 зач. ед. (72 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель: усвоение системы знаний в области рекламы как теоретической и прикладной дисциплины, основных этапов, школ и форм ее развития; особенностей российской социальной рекламы, а также современных методов и методик исследования общественных явлений и процессов, умения применять их на практике.

Задачи:

- изучить объект и предмет изучения социальной рекламы, ее виды и структуру, понимать ее место, роль и функции в современном обществе;
- рассмотреть методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях;
- формировать у будущих специалистов в области рекламы способности осуществлять профессиональную деятельность с учетом социального контекста.

- **Место дисциплины в структуре ООП ВПО бакалавриата:**

Дисциплина «Введение в социальную рекламу» входит в «БЗ.В.ДВ.1 Профессиональный цикл. Базовая часть» ФГОС-3 по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

2.1. Дисциплина базируется на следующих дисциплинах:

1. Основы теории коммуникации ПК-27.
2. Теория и практика рекламы ПК-13, ПК-14.

2.2. Освоение данной дисциплины необходимо обучающимся для успешного освоения следующих дисциплин, прохождения практик ООП по данному направлению подготовки:

1. Организация и планирование рекламных кампаний ПК-27.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способностью под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях (ПК-4);
- способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-12).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- объект и предмет изучения социальной рекламы, ее виды и структуру, понимать ее место, роль и функции в современном обществе;
- основные школы и направления развития социальной рекламы, как в России, так и в других странах мира;
- характерные черты и особенности развития российской социальной рекламы сегодня и тенденции развития ее в будущем;
- основные законодательные и этические правила работы в области рекламы вообще и социальной рекламы в частности, уметь руководствоваться ими в будущей профессиональной деятельности.

Уметь:

- реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности.

Владеть:

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

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

АННОТАЦИЯ

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

Трудоемкость: 3 зач. ед. (108 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

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

Задачи:

- дать представление о сущности копирайтинга, его месте и роли в системе рекламного бизнеса;

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

2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО бакалавриата:

Данная учебная дисциплина входит в раздел БЗ.В.ДВ.3.1 «Б.3. Профессиональный цикл. Б.3 Базовая (профессиональная) часть».

2.1 Дисциплина базируется на следующих дисциплинах (модулях, практиках):

- | | |
|---|-----------------------------|
| 1. Русский язык и культура речи | ОК-2, ПК-6, ПК-10, ПК-34; |
| 2. Основы связей с общественностью | ПК-11, ПК-22, ПК-32, ПК-33; |
| 3. Стилистика и литературное редактирование | ПК-5, ПК-34, ПК-35. |

2.2 Освоение данной дисциплины необходимо обучающимся для успешного освоения следующих дисциплин (модулей), прохождения практик ООП по данному направлению подготовки:

- | | |
|----------------------------------|--------|
| 1. Речевое воздействие в рекламе | ПК-35. |
|----------------------------------|--------|

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- обладает базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6);
- владеет навыками подготовки проектной документации (техничко-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-24).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

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

Уметь:

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

Владеть:

- основами речи, знать ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения;
- базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламе;
- навыками литературного редактирования, копирайтинга.

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

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Политическое консультирование»

Трудоемкость: 2 зач. ед. (72 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель изучения дисциплины - формирование системы знаний по политическому консультированию, освоить методики создания и поддержания имиджа политического лидера, партии и других политических структур; формирование умений принимать управленческие решения в политической сфере, планировать политическую деятельность, включая избирательные кампании, политическое общение, поддержание политических связей и отношений.

Основные задачи дисциплины:

- дать представление о консультировании как одной из современных форм бизнеса;
- познакомить с теоретическими и практическими основами технологии консультирования;
- рассмотреть основные инструменты изменений в области организационного, кадрового и политического консалтинга.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО бакалавриата:

Дисциплина «Политическое консультирование» является дисциплиной по выбору Блока 1 «Дисциплины» по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью .

2.1 Дисциплина базируется на следующих дисциплинах (модулях, практиках) ООП:

1. Основы права (ОК-5, ОК-17);
2. Политология (ОК-1, 9).

2.2 Освоение данной дисциплины необходимо обучающемуся для успешного освоения следующих дисциплин (модулей), прохождения практик ООП по данному направлению подготовки:

1. Преддипломная практика (ПК-1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 34, 35).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- владение 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 (ПК-2);

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- теоретические и технологические основы политического консультирования;
- специфику проведения кампаний в политической сфере.

Уметь:

- создавать стратегии избирательной кампании;
- создавать имиджевые технологии политической рекламы, как формы политической коммуникации;
- организовывать предвыборные кампании;
- создавать рекламно-информационный политический продукт.

Владеть:

- манипулятивными стратегиями в политических коммуникациях;

- технологиями проведения политических рекламных и PR- кампаний.

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

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Имиджелогия»

Трудоемкость: 2 зач. ед. (72 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 ООП ВПО бакалавриата:

Дисциплина «Имиджелогия» входит в «Б3.В.ДВ.9 Профессиональный цикл. Базовая часть. Дисциплины по выбору» ФГОС-3 по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

2.1. Дисциплина базируется на следующих дисциплинах:

1. Риторика ОК-2, ПК-54
2. Основы теории коммуникации ПК-27;
3. Коммуникационный менеджмент ПК-2, ПК-3.

2.2. Освоение данной дисциплины необходимо обучающимся для успешного освоения следующих дисциплин, прохождения практик ООП по данному направлению подготовки:

1. Организация и планирование рекламных кампаний ПК-27;
2. Брендинг ПК-7.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);
- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики (ПК-1);
- 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 (ПК-31).

В результате изучения дисциплины студент 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.

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

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Корпоративная культура»

Трудоемкость: 2 зач. ед. (72 ч.)

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель: ознакомление студентов с моделями поведения, которые приобретены организацией в процессе адаптации к внешней среде и внутренней интеграции, показавшие свою эффективность и разделяемые большинством членов организации.

Задачи:

- рассмотреть основания понятия корпоративная культура;
- изучить международный и российский опыт, связанный с формированием и корректировкой корпоративной культуры, корпоративной политики и социальной ответственности бизнеса;
- сбор и систематизация информации по направлениям деятельности организаций;
- усвоить профессиональные термины, нормативы и стандарты работы в области корпоративной культуры.

2. Место учебной дисциплины в структуре ООП ВПО бакалавриата:

Учебная дисциплина «Корпоративная культура» относится к профессиональному циклу части дисциплин по выбору Б.3.В.

2.1. Дисциплина базируется на следующих дисциплинах (модулях, практиках):

1. Основы маркетинга ПК-15, ПК-16, ПК-29;

2. Основы менеджмента ПК-16, ПК-17.

2.2. Освоение данной дисциплины необходимо обучающимся для успешного освоения следующих дисциплин, прохождения практик ООП по данному направлению подготовки:

1. Управленческий консалтинг ПК-9.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3).

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- базовые ценности мировой культуры и готовность опираться на них в своем личностном и общекультурном развитии;
- законы развития природы, общества, оперировать этими знаниями в профессиональной деятельности.

Уметь:

- эффективно организовать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды;

- владеть различными способами разрешения конфликтных ситуаций.

Владеть:

- культурой мышления, воспринимать, обобщать и анализировать информацию, быть готовым к кооперации с коллегами, работе в коллективе.

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

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Физическая культура»

Трудоемкость: 2 зач. ед. (400 ч.)

1. Цель и задачи дисциплины:

Целью физического воспитания студентов является формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения жизни и профессиональной деятельности.

Для достижения поставленной цели предусматривается решение следующих воспитательных, образовательных, развивающих оздоровительных задач:

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

2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО бакалавриата:

Являясь составной частью общей культуры и профессиональной подготовки студентов в течении всего периода обучения, физическая культура входит обязательным разделом в гуманитарный компонент образования, значимость которого проявляется через гармонизацию духовный и физических сил, формирование таких общечеловеческих ценностей, как здоровье, физическое и психическое благополучие, физическое совершенство. Дисциплина «Иностранный язык» базируется на знаниях, предусмотренных Госстандартом для общеобразовательной средней школы.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие следующих компетенций:

- владение средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма, укрепления здоровья, коррекции физического развития (ОК-16).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

– научно-практические основы физической культуры и здорового образа жизни.

Уметь:

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

Владеть:

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

Разработчик: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, доц. кафедры физического воспитания Кожанов В.И.