

**Аннотации к рабочим программам  
для магистров по программе «Организационно-управленческая деятельность»**

**АННОТАЦИЯ**

**дисциплины Б1.Б.1 – «Иностранный язык в профессиональной сфере»**

**Трудоемкость: 6 зач. ед. (216 ч.)**

**1. Цели и задачи дисциплины:**

Цель изучения дисциплины – формирование у магистрантов коммуникативной компетенции, обеспечивающей владение навыками иноязычного общения для решения различных коммуникативных задач при межличностном межкультурном и профессионально-деловом взаимодействии.

Задачами изучения дисциплины являются:

- развитие умений воспринимать и понимать иноязычный материал социально-культурной и профессионально-деловой направленности;
- развитие умений вести устную коммуникацию в ходе межличностного, межкультурного и профессионально-делового взаимодействия;
- формирование способности и готовности к межкультурной коммуникации в устной и письменной форме на иностранном языке;
- расширение кругозора обучающихся в изучении родной и иноязычной культуры, повышение уровня его общей культуры и образованности;
- совершенствование культуры мышления, общения и речи;
- формирование личности современного специалиста, способного ориентироваться в процессе общения с представителями других культур;
- формирование уважительного отношения к духовным и материальным ценностям других стран и народов;
- развитие интереса и понимания культуры собственной страны, способствуя самопознанию и сохранению своих национальных культурных ценностей и традиций.

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

Данная учебная дисциплина входит в базовую часть Блока 1 «Дисциплины» ОПОП ВО по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

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

1. Пресс-служба в современном коммуникационном процессе (ОПК-1; ОПК-3; ОПК-4).

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

1. Переговорный процесс: стратегия и практика ведения переговоров (ОК-6; ОПК-3; ОПК-5; ОПК-6);

2. Консалтинг в связях с общественностью (ПК-10; ПК-23; ПК-25).

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

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

**общекультурных (ОК):**

- способность свободно пользоваться иностранными языками как средством делового общения (ОК-5);

- способность воспринимать различия этнических особенностей, традиций и культур, самостоятельно работать в кросс-культурном пространстве и на международном уровне (ОК-6).

***общефессиональных (ОПК):***

- владение корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках (ОПК-3);

- способность вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов (ОПК-4);

- владение техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках (ОПК-5);

- владение методами делового общения в и интернациональной среде, способность использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран (ОПК-6);

- готовность на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтническом и интернациональном окружении (ОПК-8).

**В результате изучения дисциплины обучающийся должен:**

**Знать:**

- терминологию на английском языке в изучаемой и смежных областях знаний;

- грамматические конструкции, характерные для профессионально-ориентированных, технических и научных материалов;

- основные особенности научно-технического функционального стиля как в английском, так и в русском языке;

- основные приемы аналитико-синтетической переработки информации: смысловой анализ текста по абзацам, вычленение единиц информации и составление плана реферруемого документа в сжатой форме;

- особенности профессионального этикета западной и отечественной культур.

**Уметь:**

- реферировать профессионально-ориентированные тексты и составлять аннотации к ним;

- отбирать, обрабатывать и оформлять литературу по заданной профессиональной тематике для написания реферата;

- составлять и представлять техническую и научную информацию, используемую в профессиональной деятельности, в виде презентации;

- воспринимать на слух аутентичные аудио- и видео материалы, связанные с направлением подготовки.

**Владеть:**

- основными навыками письменной коммуникации, необходимыми для ведения переписки в профессиональных и научных целях;

- навыками выступления с подготовленным монологическим сообщением по профилю своей научной специальности, аргументировано излагая свою позицию и используя вспомогательные средства (таблицы, графики, диаграммы и т.п.);

- навыками применения полученных знаний в своей будущей профессиональной деятельности.

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

## **АННОТАЦИЯ**

### **дисциплины «Методологические проблемы современной науки»**

#### **1. Цели и задачи дисциплины:**

Цель изучения дисциплины: формирование у магистров общих представлений об основных этапах и методах становления научного знания и науки как культурного феномена.

**Задачами** дисциплины являются:

- выработка чётких представлений об основных исторически сложившихся концепциях науки;
- овладение знаниями, умениями и навыками анализа научной методологии;
- формирование представлений о базовом стержне знаний, основаниях науки, специфике научного познания, творческих способностях человека, используемых в ходе научного познания.

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

1. Современные тенденции развития теории и практики PR (ПК-10, 21, 22, 23, 25);
2. Связи с общественностью в кризисных ситуациях (ОК-2; ПК-7, 9, 22).

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

1. Психология управленческой деятельности (ОК-6; ПК-5);
2. Производственная (преддипломная) практика (ОПК-1, 2; ПК-23, 25).

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

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

- способность к абстрактному мышлению, анализу и синтезу (ОК-1);
- готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);
- способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-4);
- способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОПК-7);
- способность ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований (ПК-20);
- способность к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию соображений, выдвижению новых идей, в том числе в исследовательском контексте (ПК-24);
- способность применять накопленные знания и опираться на них в подготовке и написании научно-исследовательских работ, включая кандидатские и докторские диссертации (ПК-26).

**В результате изучения дисциплины обучающийся должен:**

**знать:**

- место науки в культуре (ОК-1, 3, 4; ОПК-7; ПК-20, 24, 26);
- исторические этапы эволюции науки (ОК-1, 3, 4; ОПК-7; ПК-20, 24, 26);
- структуру научного знания (ОК-1, 3, 4; ОПК-7; ПК-20, 24, 26);

- специфику эмпирического и теоретического уровня научного познания (ОК-1, 3, 4; ОПК-7; ПК-20, 24, 26);
- понятия «наука», «методология науки», «научный метод», «научная проблема», научная гипотеза», «научная теория» (ОК-1, 3, 4; ОПК-7; ПК-20, 24, 26);
- методологические принципы построения теорий (ОК-1, 3, 4; ОПК-7; ПК-20, 24, 26);
- основные методологические и мировоззренческие проблемы, возникающие в науке и технике на современном этапе развития (ОК-1, 3, 4; ОПК-7; ПК-20, 24, 26);
- основные стилистические особенности научного стиля речи (ОК-1, 3, 4; ОПК-7; ПК-20, 24, 26);
- правила оформления письменных видов учебных и научных работ (ОК-1, 3, 4; ОПК-7; ПК-20, 24, 26);
- основы аннотативного и реферативного представления информации (ОК-1, 3, 4; ОПК-7; ПК-20, 24, 26);

***уметь:***

- использовать методологию научного познания при разрешении своих непосредственных исследовательских задач (ОК-1, 3, 4; ОПК-7; ПК-20, 24, 26);
- видеть различие эмпирических и теоретических подходов при решении исследовательских задач (ОК-1, 3, 4; ОПК-7; ПК-20, 24, 26);
- критически оценивать свои достоинства и недостатки, намечать пути и выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков (ОК-1, 3, 4; ОПК-7; ПК-20, 24, 26);
- правильно и аргументировано сформулировать свою мысль в устной и письменной формах, в том числе на иностранном языке (ОК-1, 3, 4; ОПК-7; ПК-20, 24, 26);
- подготовить тезисы/статью к международной конференции (ОК-1, 3, 4; ОПК-7; ПК-20, 24, 26);
- воспринимать на слух научные доклады / выступления (ОК-1, 3, 4; ОПК-7; ПК-20, 24, 26).

***владеть:***

- научной методологией оценки и разрешения возникающих организационно-управленческих и аналитических проблем (ОК-1, 3, 4; ОПК-7; ПК-20, 24, 26);
- процедурами различения естественно-научных и гуманитарных методов познания и преобразования социальной действительности (ОК-1, 3, 4; ОПК-7; ПК-20, 24, 26);
- культурой мышления (ОК-1, 3, 4; ОПК-7; ПК-20, 24, 26);
- приемами ведения дискуссии (ОК-1, 3, 4; ОПК-7; ПК-20, 24, 26);
- навыками работы в научном коллективе (ОК-1, 3, 4; ОПК-7; ПК-20, 24, 26);
- навыками ведения дискуссии (ОК-1, 3, 4; ОПК-7; ПК-20, 24, 26);
- навыками общения, анализа, систематизации и критической оценки результатов, полученных отечественными и зарубежными исследователями (ОК-1, 3, 4; ОПК-7; ПК-20, 24, 26).

**4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы**

**5. Разработчики:**

ЧГПУ, доцент кафедры коммуникационных технологий и менеджмента А.Н. Николаева.

**АННОТАЦИЯ**

**дисциплины Б1.Б.3 – «Современные тенденции развития теории и практики PR»**

**Трудоемкость: 4 зач. ед. (144 ч.)**

**1. Цели и задачи дисциплины:**

Цель изучения дисциплины – формирование у магистрантов представление о теории и практике PR.

Задачами изучения дисциплины являются:

- рассмотреть историю возникновения и развития PR;
- раскрыть специфику PR-деятельности;
- раскрыть современные тенденции развития теории и практики PR.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры:**

Данная учебная дисциплина входит в базовую часть Блока 1 «Дисциплины» ОПОП ВО по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

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

1. Пресс-служба в современном коммуникационном процессе (ОПК-1; ОПК-3; ОПК-4).

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

1. Переговорный процесс: стратегия и практика ведения переговоров (ОК-6; ОПК-3; ОПК-5; ОПК-6);

2. Консалтинг в связях с общественностью (ПК-10; ПК-23; ПК-25).

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

*профессиональных (ПК):*

– способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга (ПК-10);

– способность применять в исследованиях основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем. Учитывать их динамику и тенденции (ПК-21);

– способность интегрировать знания, формировать суждения и принимать решения на основе неполной и ограниченной информации (ПК-22).

– способность решать концептуальные и прикладные задачи в широком или в междисциплинарном контексте (ПК-23);

– способность интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции (ПК-25).

**В результате изучения дисциплины обучающийся должен:**

**Знать:**

– основные законы восприятия и анализа информации, подходы к постановке цели и выбору путей ее достижения;

– современные приемы построения коллективной работы при разработке и реализации мероприятий Public relations;

– принципы и современные приемы генерации организационно-управленческих решений в рамках PR- кампаний;

– основные источники, которые могут применяться для личностного и профессионального саморазвития, и способы их использования.

**Уметь:**

- реферировать профессионально-ориентированные тексты и составлять аннотации к ним;
- работать в коллективе;
- кооперироваться с коллегами в процессе разработки и реализации PR-кампании;
- находить и реализовывать решения в рамках PR-кампаний, а также нести за них ответственность;
- использовать нормативные правовые документы РФ в процессе разработки и реализации PR-кампании.

**Владеть:**

- навыками личностного и профессионального развития в PR-сфере;
- навыками организации деятельности PR-службы в соответствии с действующими нормативными правовыми документами.

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

## **АННОТАЦИЯ**

### **дисциплины «Управление проектами»**

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Цель изучения дисциплины** – сформировать специалистов, обладающих знаниями в области управления проектами, способных разрабатывать и обосновывать концепцию высокотехнологичных инновационных и инвестиционных проектов; оценивать эффективность проекта с учетом факторов риска и неопределенности; выполнять технико-экономическое обоснование проекта и разрабатывать бизнес-планы проекта; осуществлять системное планирование проекта на всех фазах его жизненного цикла; подбирать исполнителей проекта через процедуру конкурсов (торгов); организовывать реализацию проекта, обеспечивать эффективный контроль и регулирование, а также управление изменениями, неизбежными в ходе реализации проекта, на базе современных информационных технологий.

#### **Задачи дисциплины:**

- понимать способы и формы реализации экономических интересов участников проекта в процессе его разработки и реализации в системе государственного регулирования и внешних экономических интересов;
- понимать место и роль команды проекта в процессе его разработки и реализации;
- определять основные фазы и этапы разработки и реализации инвестиционного проекта, технико-экономические и организационные параметры деятельности предприятия, реализующего проект, учитывать параметры инвестиционной привлекательности региона и предприятия, осуществляющего проект;
- определять реализуемость и экономическую эффективность проекта;
- понимать процесс организации и планирования деятельности проектной команды по разработке и реализации проекта.

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

Дисциплина «Управление проектами» входит в базовую часть Блока 1 «Дисциплины» по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

#### **2.1 Дисциплина базируется на следующих дисциплинах (практиках) ОПОП:**

1. Методологические проблемы современной науки (ОК-1, 3, 4; ОПК-7; ПК-20, 24, 26);
2. Инновационный менеджмент (ПК-1, 10, 11).

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

1. Управление PR проектом в среде Интернет (ОПК-7);
2. Производственная (преддипломная) практика (ОПК-1, 2; ПК-23, 25).

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью (ПК-3);
- способность оценивать затраты и результаты деятельности организации (ПК-8);
- способность к выработке нестандартных решений (ПК-9);
- способность разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов (ПК-11).

В результате изучения дисциплины студент должен:

***Знать:***

- принципы, методы принятия и реализации управленческих решений в проектной деятельности (ПК-3, ПК-8, ПК-9, ПК-11);
- типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования (ПК-3, ПК-8, ПК-9, ПК-11);
- принципы, способы и методы оценки проектов и организаций (ПК-3, ПК-8, ПК-9, ПК-11).
- специфику управления проектами в социальной сфере (ПК-3, ПК-8, ПК-9, ПК-11);

***Уметь:***

- ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций, в том числе в процессе разработки и реализации проектов (ПК-3, ПК-8, ПК-9, ПК-11);
- разрабатывать программы осуществления организационных изменений и оценивать их эффективность (ПК-3, ПК-8, ПК-9, ПК-11);
- разрабатывать проекты и проводить их оценку (ПК-3, ПК-8, ПК-9, ПК-11);
- оценивать риски, доходность и эффективность принимаемых финансовых и инвестиционных решений (ПК-3, ПК-8, ПК-9, ПК-11).

***Владеть:***

- навыками оценки экономических и социальных условий осуществления проектов и государственных программ (ПК-3, ПК-8, ПК-9, ПК-11);
- навыками анализа и оценки рисков проектов и выполнения соответствующих расчетов (ПК-3, ПК-8, ПК-9, ПК-11);
- навыками разработки и реализации комплексных организационных проектов (ПК-3, ПК-8, ПК-9, ПК-11);
- методами количественной и качественной оценки проектов (ПК-3, ПК-8, ПК-9, ПК-11).

**4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы**

**5. Разработчики:**

ЧГПУ, доцент кафедры коммуникационных технологий и менеджмента А.Н. Николаева.

**АННОТАЦИЯ**

**дисциплины «Стратегический менеджмент»**

**1. Цели и задачи дисциплины**

**Цель изучения дисциплины** – дать будущим магистрам совокупность теоретических и практических знаний в области стратегического управления в условиях постоянных изменений внешней среды.

**Задачи дисциплины:**

- дать теоретические знания в области стратегического менеджмента;
- ознакомить с основными законодательными актами в изучаемой области;
- показать достижения в области теории и практики стратегического управления зарубежных компаний;
- ознакомить с научными разработками и прогрессивными теориями в области стратегического управления зарубежных и отечественных исследователей;
- проанализировать современные проблемы стратегического управления в России и пути их решения.

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

Дисциплина «Стратегический менеджмент» входит в базовую часть блока 1 «Дисциплины» по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

**2.1 Дисциплина базируется на следующих дисциплинах (практиках) ОПОП:**

1. Методологические проблемы современной науки (ОК-1, 3, 4; ОПК-7; ПК-20, 24, 26);
2. Инновационный менеджмент (ПК-1, 10, 11).

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

1. Управление коммуникационным агентством (ОК-2; ОПК-1, 9; ПК-2, 4, 5, 6);
2. Управление PR проектом в среде Интернет (ОПК-7);
3. Производственная (преддипломная) практика (ОПК-1, 2; ПК-23, 25).

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: - способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность (ПК-1);

- способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью (ПК-3);

- способность разрабатывать эффективную стратегию и формировать политику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях (ПК-7);

- способность разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов (ПК-11).

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:**

**знать:**

- экономическую сущность, принципы и функции стратегического менеджмента (ПК-1, ПК-3, ПК-7, ПК-11);

- специфику организации системы стратегического менеджмента за рубежом (ПК-1, ПК-3, ПК-7, ПК-11);

- роль стратегического менеджмента управления для успешного хозяйствования в условиях рынка за рубежом (ПК-1, ПК-3, ПК-7, ПК-11);

- особенности теории и практики стратегического менеджмента в различных странах (ПК-1, ПК-3, ПК-7, ПК-11);



- особенности организации стратегического планирования за рубежом (ПК-1, ПК-3, ПК-7, ПК-11);
- тенденции совершенствования и развития стратегического менеджмента (ПК-1, ПК-3, ПК-7, ПК-11).

**уметь:**

- анализировать и сравнивать модели управления стратегического менеджмента (ПК-1, ПК-3, ПК-7, ПК-11);
- применять на практике принципы стратегического менеджмента (ПК-1, ПК-3, ПК-7, ПК-11).

**владеть:**

- умением выявлять проблемы, определять цели, оценивать альтернативы, выбирать оптимальный вариант решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения (ПК-1, ПК-3, ПК-7, ПК-11);
- способностью принимать решения в условиях неопределенности и рисков (ПК-1, ПК-3, ПК-7, ПК-11).

**4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы**

**5. Разработчики:**

ЧГПУ, доцент кафедры коммуникационных технологий и менеджмента А.Н. Николаева.

**АННОТАЦИЯ**

**дисциплины Б1.Б.6 – «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах»**

**Трудоемкость: 3 зач. ед. (108 ч.)**

**1. Цели и задачи дисциплины:**

Цель изучения дисциплины – формирование у магистрантов знаний о существующих технологиях рекламы и связей с общественностью в различных сферах – государственных структурах федерального, регионального и местного уровней, органах самоуправления, негосударственных, общественных и коммерческих учреждениях и организациях, средствах массовой информации и умений и навыков их практического применения.

Задачами изучения дисциплины являются:

- рассмотрение роли и значения рекламы и связей с общественностью в современном мире;
- определение технологий рекламного процесса и процесса связей с общественностью в различных сферах;
- представление рекламы как процесса и структуры;
- представление связей с общественностью как процесса и структуры;
- анализ деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в различных сферах;
- получение представления об участниках рекламного и PR процессов;
- получение навыков самостоятельного построения рекламной и PR коммуникации в различных сферах.

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

Данная учебная дисциплина входит в базовую часть Блока 1 «Дисциплины» ОПОП ВО по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

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

1. Пресс-служба в современном коммуникационном процессе (ОПК-1; ОПК-3; ОПК-4).

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

1. Переговорный процесс: стратегия и практика ведения переговоров (ОК-6; ОПК-3; ОПК-5; ОПК-6);

2. Консалтинг в связях с общественностью (ПК-10; ПК-23; ПК-25).

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

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

*общефессиональных (ОПК):*

– способность руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ОПК-1);

– способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2).

*профессиональных (ПК):*

– способность осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий (ПК-2).

### **В результате изучения дисциплины обучающийся должен:**

**Знать:**

– понятие технологии и технологизации профессиональной сферы деятельности;

– психологические аспекты формирования и применения технологий в сфере связей с общественностью и рекламы;

– базовые инструменты технологий связей с общественностью и рекламы;

– особенности формирования и функционирования технологий связей с общественностью и рекламы в различных сферах общественной жизни;

– частные аспекты использования технологий связей с общественностью и рекламы в отрасли.

**Уметь:**

– применять технологии связей с общественностью и рекламы для решения профессиональных задач;

– применять в рамках технологий связей с общественностью и рекламы психологические механизмы влияния на потребителя информации;

– использовать базовые инструменты технологий связей с общественностью и рекламы;

– осуществлять рациональный выбор технологий связей с общественностью и рекламы применительно к различным сферам общественной жизни и отраслям производства;

– осуществлять рекламные, информационные, пропагандистские кампании и мероприятия.

**Владеть:**

– способностью осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах,

средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта.

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

## **АННОТАЦИЯ**

### **дисциплины «Управление коммуникационным агентством»**

#### **1. Цели и задачи дисциплины:**

Цель изучения дисциплины - формирование знаний и умений в области управления коммуникационным агентством.

Задачи дисциплины:

- формирование представлений о сущности управления коммуникациями в организации, сферу его применения;
- ознакомление с основными факторами повышения эффективности коммуникационного менеджмента;
- ознакомление с процессом управления внешними и внутренними коммуникациями;
- овладение понятийным аппаратом, описывающим методы воздействия в межличностной и массовой коммуникации.

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

Дисциплина «Управление коммуникационным агентством» входит в базовую часть блока 1 «Дисциплины» по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

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

1. Методологические проблемы современной науки (ОК-1, 3, 4; ОПК-7; ПК-20, 24, 26);
2. Управление антикризисными коммуникациями (ОК-2; ПК-7, 9, 22).

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

1. Анализ эффективности коммуникационных кампаний (ПК-1, 2, 8);
2. Производственная (преддипломная) практика (ОПК-1, 2; ПК-23, 25).

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

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

- готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);
- способность руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ОПК-1);
- способность нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности (ОПК-9).
- способность осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий (ПК-2);

- способность управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность (ПК-4);
- способность работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность (ПК-5);
- способность самостоятельно принимать управленческие решения и нести за них ответственность (ПК-6);

**В результате изучения дисциплины обучающийся должен:**

**знать:**

- основные закономерности управления коммуникационным агентством (ОК-2; ОПК-1, 9; ПК-2, 4, 5, 6);
- механизмы и принципы формирования организационно-коммуникационной структуры (ОК-2; ОПК-1, 9; ПК-2, 4, 5, 6);
- общие характеристики управления формированием организационных коммуникаций (ОК-2; ОПК-1, 9; ПК-2, 4, 5, 6).

**уметь:**

- делать обобщения в анализе проблем коммуникационной деятельности, выделять целевые группы и группы взаимодействия (ОК-2; ОПК-1, 9; ПК-2, 4, 5, 6);
- разрабатывать коммуникационные проекты, подбирать необходимые методы и средства (ОК-2; ОПК-1, 9; ПК-2, 4, 5, 6);
- содержательно разрабатывать коммуникационные мероприятия, проводить их с помощью медиасредств и без них (ОК-2; ОПК-1, 9; ПК-2, 4, 5, 6);
- определять коммуникационную структуру организации (ОК-2; ОПК-1, 9; ПК-2, 4, 5, 6);
- анализировать и осмысливать проводимую коммуникационную политику (ОК-2; ОПК-1, 9; ПК-2, 4, 5, 6);

**владеть:**

- навыками использования теоретического материала для анализа проблем коммуникационных агентств (ОК-2; ОПК-1, 9; ПК-2, 4, 5, 6);
- приемами создания корпоративных коммуникаций (ОК-2; ОПК-1, 9; ПК-2, 4, 5, 6);

**4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы**

**5. Разработчики:**

ЧГПУ, доцент кафедры коммуникационных технологий и менеджмента А.Н. Николаева.

## **АННОТАЦИЯ**

**дисциплины Б1.В.ОД.1 – «Пресс-служба в современном коммуникационном процессе»**

**Трудоемкость: 5 зач. ед. (180 ч.)**

### **1. Цели и задачи дисциплины:**

Цель изучения дисциплины – формирование у магистрантов системного представления о современной российской пресс-службе, ознакомление с основными формами работы пресс-службы со СМИ.

Задачами изучения дисциплины являются:

- изучение структуры и принципов организации пресс-служб, специфики работы пресс-служб в различных сферах общественной жизни;
- знакомство с основными принципами планирования и организации деятельности пресс-служб, формами работы пресс-службы со СМИ;
- анализ особенностей подготовки текстовых материалов для публикации в СМИ.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры:**

Данная учебная дисциплина относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины» ОПОП ВО по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

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

1. Современные тенденции развития теории и практики PR (ПК-10; ПК-21; ПК-22; ПК-23; ПК-25).

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

1. Управление PR проектом в среде интернет (ОПК-7);

2. Консалтинг в связях с общественностью (ПК-10; ПК-23; ПК-25).

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

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

***общепрофессиональных (ОПК):***

- способность руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ОПК-1);

- владение корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках (ОПК-3);

- способность вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов (ОПК-4).

**Знать:**

- роль и функции пресс-служб в органах государственной власти, местного самоуправления и в общественных организациях;

- структуру и принципы организации пресс-служб;

- особенности работы пресс-службы как источника официальной информации для СМИ;

- правовые и этические нормы деятельности сотрудников пресс-служб;

- основные принципы планирования и организации деятельности пресс-служб.

**Уметь:**

- готовить текстовые материалы для публикации в СМИ;

- планировать и проводить пресс-конференции, пресс-туры и другие мероприятия для прессы;

- формировать аналитические записки и обзоры СМИ;

- разрабатывать выступления для руководителей организации в средствах массовой информации;

- организовывать и проводить мониторинг средств массовой информации;

- анализировать тексты с точки зрения решаемых организацией задач;

- устанавливать и поддерживать связи со средствами массовой информации;

- планировать и организовывать PR-кампании.

**Владеть:**

- понятийным аппаратом, необходимым при работе в пресс-службе;

- навыками литературного редактирования, копирайтинга.

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

## **АННОТАЦИЯ**

**дисциплины «Законодательное регулирование в сфере рекламы и связей с общественностью»**

### **1. Цели и задачи дисциплины:**

Целью изучения дисциплины - является изучение магистрантами основ законодательного регулирования деятельности субъектов в сфере связей с общественностью, средств массовой информации и рекламы.

Изучение дисциплины предполагает решение следующих задач:

- ознакомить магистрантов со структурой информационного законодательства Российской Федерации;
- рассмотреть основные правовые нормы, категории в сфере связей с общественностью, журналистики и рекламы;
- ознакомить с практикой применения законодательства о СМИ и рекламе.

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

Дисциплина «Законодательное регулирование в сфере рекламы и связей с общественностью» входит в вариативную часть блока 1 «Дисциплины» по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

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

1. Методологические проблемы современной науки (ОК-1, 3, 4; ОПК-7; ПК-20, 24, 26);

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

1. Переговорный процесс: стратегия и тактика ведения переговоров (ОК-6; ОПК-3, 5, 6);
2. Политконсалтинг (ПК-10, 23, 25);
3. Связи с общественностью в органах власти (ОПК-1).

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

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

- готовность на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтничном и интернациональном окружении (ОПК-8);

В результате изучения дисциплины студент должен:

#### **Знать:**

- современные методы решения задач в профессиональной сфере, особенности развития и перераспределения коммуникационных потоков, принципы использования интегрированных коммуникаций в местных, региональных и глобальных процессах (ОПК-8);
- законодательное и саморегулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью (ОПК-8).

#### **Уметь:**

- генерировать идеи, разрабатывать концепции коммуникационных программ, осуществлять руководство коммуникационными кампаниями различного направления, пла-

нирывать финансовые потоки, руководить процессом медиапланирования, вести переговоры с представителями различных целевых аудиторий (ОПК-8);

- выбирать оптимальные формы организации бизнеса (ОПК-8);

- находить новые источники повышения конкурентоспособности, пути решения ресурсного потенциала предприятия (ОПК-8).

**Владеть:**

- умением осуществлять функции руководителя, организатора, инициатора новых идей (ОПК-8);

- умением межличностного общения в профессиональной среде, в том числе в международной сфере, составления договоров и деловой документации, преподавательскими навыками (ОПК-8).

**4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы**

**5. Разработчики:**

ЧГПУ, доцент кафедры коммуникационных технологий и менеджмента А.Н. Николаева

**АННОТАЦИЯ**

**дисциплины «Копирайтинг и спичрайтинг»**

**1. Цель освоения дисциплины** - освоение необходимых для PR-специалиста жанровых моделей спичрайтинга и копирайтинга, а также овладение практическими навыками создания спичрайтерского и копирайтерского текста.

**Задачи дисциплины:**

1. ознакомление студентов с современными подходами к тексту в спичрайтинге и копирайтинге;

2. формирование у обучающихся навыков выделения жанровой модели спичрайтерского и копирайтерского текста;

3. выработка навыков создания спичрайтерского и копирайтерского продукта определенной жанровой разновидности.

**2. Место дисциплины в структуре магистерской программы**

Дисциплина «Копирайтинг и спичрайтинг» входит в вариативную часть Блока 1 «Дисциплины» по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

**2.1 Дисциплина базируется на следующих дисциплинах (практиках) ОПОП:**

1. Современные тенденции развития теории и практики PR (ПК-10, 21, 22, 23, 25);

2. Управление проектами (ПК-3, ПК-8, ПК-9, ПК-11).

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

1. Анализ эффективности коммуникационных кампаний (ПК-1, 2, 8);

2. Стратегическое и тактическое планирование PR деятельности в организации (ОПК-2; ПК-1, 3, 4, 11);

3. Консалтинг в связях с общественностью (ПК-10, 23, 25).

**3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины «Управление проектом»**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- владение корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках (ОПК-3);
- способность вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов(ОПК-4).

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:**

- содержание и сущность понятия "текст" в рекламе и PR (ОПК-3, ОПК-4);
- основные технологии разработки "продающего" текста (ОПК-3, ОПК-4);
- базовые модели организации творческого процесса при создании текстов в рекламе (ОПК-3, ОПК-4);
- основные методики, повышающие уровень копирайтингового мышления (ОПК-3, ОПК-4).

**Уметь:**

- ориентироваться в теоретических и практических подходах подготовки рекламных текстов (ОПК-3, ОПК-4);
- использовать в профессиональной деятельности навыки написания рекламных и PR текстов (ОПК-3, ОПК-4).

**Владеть:**

- студент должен владеть навыками творческого обобщения полученных знаний (ОПК-3, ОПК-4);
- основными правилами и нормами языка, навыками анализа проблем коммуникаций в организации и между субъектами коммуникации (ОПК-3, ОПК-4);
- навыками работы с мультимедийными материалами и текстовой информацией (ОПК-3, ОПК-4).

**4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы**

**5. Разработчики:**

ЧГПУ, доцент кафедры коммуникационных технологий и менеджмента А.Н. Николаева.

**АННОТАЦИЯ**

**дисциплины Б1.В.ОД.4 – «Психология управленческой деятельности»**

**Трудоемкость: 2 зач. ед. (72 ч.)**

**1. Цели и задачи дисциплины:**

Цель изучения дисциплины – формирование у магистрантов системного представления о современном состоянии и тенденциях развития психологии управленческой деятельности, приобретение ими знаний и навыков в области психологии управления людьми, а также осмысление возможностей, особенностей и ограничений практического применения основных концепций, методов и инструментов данного подхода в условиях современной России.

Задачами изучения дисциплины являются:

- обзор различных точек зрения относительно развития теорий психологии управления;
- ознакомление с основными научно-исследовательскими методами и инструментами изучения психологии управленческой деятельности;
- сформировать представление о роли психологии управленческой деятельности в системе управления предприятием;
- показать особенности психологического взаимодействия в системе человек– организация;



- раскрыть принципы и методы управления персоналом в современной организации;
- продемонстрировать психологические возможности повышения эффективности управления персоналом;
- установить связь психологии управления с динамикой персонала.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры:**

Данная учебная дисциплина относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины» ОПОП ВО по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

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

1. Стратегический менеджмент (ПК-1; ПК-3; ПК-7; ПК-11).

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

1. Психологический тренинг формирования коммуникативных умений и навыков (ОПК-5; ПК-5);
2. Консалтинг в связях с общественностью (ПК-10; ПК-23; ПК-25).

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

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

***общекультурных (ОК):***

- способность воспринимать различия этнических особенностей, традиций и культур, самостоятельно работать в кросс-культурном пространстве и на международном уровне (ОК-6).

***профессиональных (ПК):***

- способность работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность (ПК-5).

**В результате изучения дисциплины обучающийся должен:**

**Знать:**

- основные понятия дисциплины (цели организации, роли менеджера, лидер, лидерское поведение, внутриорганизационная борьба, управленческая команда, эмоциональный интеллект);
- важнейшие результаты исследований по проблемам стратегического менеджмента, в сфере психологии управленческой деятельности;
- основные теории организационного поведения людей и их групп в процессе трудовой деятельности, методы и инструменты управления людьми, причины внутриорганизационных конфликтов.

**Уметь:**

- выявлять перспективные направления исследований в области психологии управленческой деятельности, обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы, формулировать гипотезы, проводить прикладные исследования;
- собирать, систематизировать и обрабатывать эмпирическую информацию, интерпретировать полученные результаты с точки зрения решения задач стратегического управления организацией;
- объединять свой потенциал с потенциалами сотрудников для достижения установленных стратегических целей;

- разрабатывать программы стимулирования персонала, проводить деловые переговоры, эффективно работать в группах и представлять результаты аналитической работы;
- понимать цели и приоритеты взаимодействия в организации, выбирать оптимальный стиль управления согласно сложившейся обстановке, работать в команде и выстраивать отношения с коллегами на основе уважения и доверия.

**Владеть:**

- методологией и методикой проведения научных исследований в области психологии управленческой деятельности;
- навыками самостоятельной научно-исследовательской работы.

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

## **АННОТАЦИЯ**

**дисциплины «Управление PR проектом в среде Интернет»**

### **1. Цели и задачи дисциплины:**

**Цель изучения дисциплины** – сформировать специалистов, обладающих знаниями в области управления PR проектом в среде Интернет, способных разрабатывать и обосновывать концепцию PR проектов; оценивать эффективность проекта с учетом факторов риска и неопределенности; организовывать реализацию проекта, обеспечивать эффективный контроль и регулирование.

#### **Задачи дисциплины:**

- определять основные фазы и этапы разработки и реализации PR проектов в среде Интернет;
- определять реализуемость и экономическую эффективность проекта;
- понимать процесс организации и планирования деятельности проектной команды по разработке и реализации проекта.
- рассмотреть элементы каждого этапа, показать его особенности и его место в общей стратегии PR-кампании;
- формировать у студентов навыки в проектировании PR-кампаний.

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

Дисциплина «Управление PR проектом в среде Интернет» входит в вариативную часть блока 1 «Дисциплины» по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

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

1. Современные тенденции развития теории и практики PR (ПК-10, 21, 22, 23, 25);
2. Управление проектами (ПК-3, 8, 9, 11).

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

1. Стратегическое и тактическое планирование PR деятельности в организации (ОПК-2; ПК-1, 3, 4, 11);
2. Производственная (преддипломная) практика (ОПК-1, 2; ПК-23, 25).

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОПК-7).

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:**

- принципы, методы принятия и реализации управленческих решений в проектной деятельности (ОПК-7);

- принципы, способы и методы оценки PR проектов и организаций (ОПК-7).

**Уметь:**

- ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций, в том числе в процессе разработки и реализации PR проектов (ОПК-7);

- разрабатывать проекты и проводить их оценку (ОПК-7);

- оценивать риски, доходность и эффективность принимаемых финансовых и инвестиционных решений (ОПК-7).

- осмысленно подходить к проектированию PR-кампании с точки зрения темы, идеи, проблемы, задач и главной цели (ОПК-7).

**Владеть:**

- навыками анализа и оценки рисков проектов и выполнения соответствующих расчетов (ОПК-7);

- методами количественной и качественной оценки проектов (ОПК-7).

- методами анализа, необходимыми для организации PR-кампании (ОПК-7);

- навыками выработки нестандартных решений (ОПК-7).

**4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы**

**5. Разработчики:**

ЧГПУ, доцент кафедры коммуникационных технологий и менеджмента А.Н. Николаева.

**АННОТАЦИЯ**

дисциплины Б1.В.ОД.6 – «Переговорный процесс: стратегия и тактика ведения переговоров»

**Трудоемкость: 2 зач. ед. (72 ч.)**

**1. Цели и задачи дисциплины:**

Цель изучения дисциплины – формирование у магистров необходимых навыков для проведения эффективных деловых переговоров, совещаний, публичных выступлений, общения с зарубежными деловыми партнерами.

Задачами изучения дисциплины являются:

- развитие практических навыков ведения деловых переговоров, встреч, совещаний, телефонных разговоров, публичных выступлений;

- изучение отечественного и зарубежного опыта проведения деловых встреч и переговоров;

- изучение особенностей ведения переговоров и делового общения с иностранными фирмами.

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

Данная учебная дисциплина относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины» ОПОП ВО по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

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

1. Пресс-служба в современном коммуникационном процессе (ОПК-1; ОПК-3; ОПК-4).

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

1. Психология управленческой деятельности (ОК-6; ПК-5);

2. Консалтинг в связях с общественностью (ПК-10; ПК-23; ПК-25).

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

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

***общекультурных (ОК):***

- способность воспринимать различия этнических особенностей, традиций и культур, самостоятельно работать в кросс-культурном пространстве и на международном уровне (ОК-6).

***общепрофессиональных (ОПК):***

- владение корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках (ОПК-3);

- владение техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках (ОПК-5);

- владение методами делового общения в и интернациональной среде, способность использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран (ОПК-6).

### **В результате изучения дисциплины обучающийся должен:**

**Знать:**

- принципы и закономерности проведения деловых переговоров, встреч, совещаний, публичных выступлений, телефонного делового общения;

- особенности ведения переговоров с зарубежными деловыми партнерами;

- основы делового протокола и деловой этики.

**Уметь:**

- применять полученные навыки для подготовки и проведения деловых переговоров и встреч;

- проводить деловые совещания;

- выступать перед аудиторией, в т.ч. с использованием презентации;

- грамотно вести прием посетителей и телефонные переговоры;

- использовать знания в области проведения деловых переговоров для реализации профессиональных навыков.

**Владеть:**

- навыками выступления с подготовленным монологическим сообщением по профилю своей научной специальности, аргументировано излагая свою позицию и используя вспомогательные средства (таблицы, графики, диаграммы и т.п.);

- навыками применения полученных знаний в своей будущей профессиональной деятельности.

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

## **АННОТАЦИЯ**

### **дисциплины «Стратегическое и тактическое планирование PR деятельности в организации»**

#### **1. Цели и задачи дисциплины:**

Целью изучения дисциплины является формирование и развитие у студентов представлений о специфике профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью, связанной с умением осмысливать и анализировать процессы взаимодействия организации с ее целевой аудиторией, находить проблемы и возможности, разрабатывать тактику и стратегию PR-кампании, организовывать сообщения для целевой аудитории и мероприятия, необходимые для достижения поставленных в PR-кампании целей.

Задачи дисциплины:

- дать основные представления об этапах организации PR-кампании;
- рассмотреть элементы каждого этапа, показать его особенности и его место в общей стратегии PR-кампании;
- формировать научно-исследовательскую компетенцию студентов, заключающуюся во владении методами анализа целевой аудитории, ситуации, организации и т.п.;
- формировать у студентов навыки в проектировании PR-кампаний.

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

Дисциплина «Стратегическое и тактическое планирование PR деятельности в организации» входит в вариативную часть блока 1 «Дисциплины» по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

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

1. Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах (ОПК-1, 2; ПК-2);
2. Управление PR проектом в среде Интернет (ОПК-7);
3. Стратегический менеджмент (ПК-1, 3, 7, 11);
4. Современные тенденции развития теории и практики PR (ПК-10, 21, 22, 23, 25)

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

1. Производственная (преддипломная) практика (ОПК-1, 2; ПК-23, 25).

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2);
- способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность (ПК-1);
- способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью (ПК-3);
- способность управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность (ПК-4);
- способность разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов (ПК-11).

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:**

- основные понятия, категории и инструменты стратегического и тактического планирования (ОПК-2, ПК-1, ПК-3, ПК-4, ПК-11);
- принципы целеполагания (ОПК-2, ПК-1, ПК-3, ПК-4, ПК-11);
- последовательность этапов по разработке стратегического плана (ОПК-2, ПК-1, ПК-3, ПК-4, ПК-11);
- основные подходы к выбору стратегии компании (ОПК-2, ПК-1, ПК-3, ПК-4, ПК-11);
- методы оценки и контроля реализации стратегии (ОПК-2, ПК-1, ПК-3, ПК-4, ПК-11).

**Уметь:**

- применять на практике различные приемы анализа (ОПК-2, ПК-1, ПК-3, ПК-4, ПК-11);
- осмысленно подходить к проектированию PR-кампании с точки зрения темы, идеи, проблемы, задач и главной цели (ОПК-2, ПК-1, ПК-3, ПК-4, ПК-11).

**Владеть:**

- методами анализа, необходимыми для организации PR-кампании (ОПК-2, ПК-1, ПК-3, ПК-4, ПК-11);
- навыками выработки нестандартных решений (ОПК-2, ПК-1, ПК-3, ПК-4, ПК-11).

**4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы**

**5. Разработчики:**

ЧГПУ, доцент кафедры коммуникационных технологий и менеджмента А.Н. Николаева

**АННОТАЦИЯ**

дисциплины Б1.В.ОД.8 – «Анализ эффективности коммуникационных кампаний»

**Трудоемкость: 3 зач. ед. (108 ч.)**

**1. Цели и задачи дисциплины:**

Цель изучения дисциплины – формирование у магистрантов знаний и умений, связанных с планированием и реализацией, управлением интегрированными коммуникациями в коммерческих и некоммерческих организациях, освоением различных коммуникационных технологий, применением коммуникационных форм и методов деятельности с учетом сфер деятельности предприятия (организации, специалиста).

Задачами изучения дисциплины являются:

- позиционировать бренд предприятия и развивать основные направления его коммуникационной деятельности;
- изучить показатели эффективности коммуникационных кампаний;
- рассмотреть отдельные средства массовых коммуникаций, специфику их функций и воздействия на аудиторию;
- изучить зависимость между деятельностью средств массовой коммуникации в современном мире и рекламной деятельностью;
- определить место и роль новейших информационных каналов в структуре коммуникационных кампаний.

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

Данная учебная дисциплина относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины» ОПОП ВО по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

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

1. Стратегический менеджмент (ПК-1; ПК-3; ПК-7; ПК-11).

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

1. Производственная (организационно-управленческая) практика (ОК-4; ПК-1; ПК-4).

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

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

#### ***профессиональных (ПК):***

– способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность (ПК-1);

– способность осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий (ПК-2);

– способность оценивать затраты и результаты деятельности организации (ПК-8).

**В результате изучения дисциплины обучающийся должен:**

#### **Знать:**

– экономические основы в различных сферах жизнедеятельности коммуникационных компаний;

– правовые основы в различных сферах жизнедеятельности коммуникационных компаний.

#### **Уметь:**

– принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;

– выявлять перспективные направления исследований в области психологии управленческой деятельности, обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы, формулировать гипотезы, проводить прикладные исследования;

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

– оценивать эффективность коммуникационных компаний;

– принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных компаний и мероприятий;

– собирать, систематизировать и обрабатывать эмпирическую информацию, интерпретировать полученные результаты с точки зрения решения задач стратегического управления организацией;

#### **Владеть:**

– навыками решения задач в профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

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

### **АННОТАЦИЯ**

**дисциплины «Маркетинговые исследования и анализ рынка»**

#### **1. Цели и задачи дисциплины:**

Цель изучения дисциплины – получение теоретических знаний и практических навыков проведения маркетинговых исследований.

Задачи дисциплины:

- изучение концептуальных подходов к проведению маркетинговых исследований; - освоение методов сбора и анализа маркетинговой информации;
- овладение навыками проведения исследования по различным аспектам маркетинговой деятельности предприятия.

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

Дисциплина «Маркетинговые исследования и анализ рынка» является дисциплиной по выбору блока 1 «Дисциплины» по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

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

1. Методологические проблемы современной науки (ОК-1, 3, 4; ОПК-7; ПК-20, 24, 26);
2. Стратегический менеджмент (ПК-1, ПК-3, ПК-7, ПК-11);
3. Управление проектами (ПК-3, ПК-8, ПК-9, ПК-11).

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

1. Управление PR проектом в среде Интернет (ОПК-7);
2. Анализ эффективности коммуникационных кампаний (ПК-1, 2, 8);
2. Стратегическое и тактическое планирование PR деятельности в организации (ОПК-2; ПК-1, 3, 4, 11);
3. Производственная (преддипломная) практика (ОПК-1, 2; ПК-23, 25).

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность (ПК-1);
- способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга (ПК-10);
- способность разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов (ПК-11).

В результате изучения дисциплины студент должен:

### **Знать:**

- концептуальные и методологические основы исследований в маркетинге (ПК-1, 10, 11);
- методы проведения маркетинговых исследований (ПК-1, 10, 11);
- методы сбора и анализа маркетинговой информации (ПК-1, 10, 11).

### **Уметь:**

- выявлять проблемы и определять цели маркетинговых исследований (ПК-1, 10, 11);
- разрабатывать программу маркетингового исследования (ПК-1, 10, 11);
- использовать количественные и качественные методы сбора информации при проведении исследования (ПК-1, 10, 11);
- разрабатывать выборочный план исследования (ПК-1, 10, 11);
- анализировать полученные данные (ПК-1, 10, 11);



- составлять отчет о маркетинговом исследовании и проводить его презентацию (ПК-1, 10, 11).

**Владеть:**

- навыками оценки последствий и рисков при принятии решения (ПК-1, 10, 11);
- маркетинговыми инструментами для освоения новых сегментов рынка сбыта, успешного формирования портфеля заказов (ПК-1, 10, 11);
- навыками маркетингового анализа для принятия управленческих решений (ПК-1, 10, 11).

**4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы**

**5. Разработчики:**

ЧГПУ, доцент кафедры коммуникационных технологий и менеджмента А.Н. Николаева.

**АННОТАЦИЯ**

**дисциплины «Инновационный менеджмент»**

**1. Цели и задачи дисциплины**

**Цель изучения дисциплины** – формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в области организации управления инновационной деятельностью, которые позволят в дальнейшем грамотно строить профессиональную деятельность при решении задач, требующих учета основных положений дисциплины

**Задачи дисциплины:**

- 1) использовать основные категории инновационного менеджмента;
- 2) исследовать достижения мировой и отечественной науки и практики управления инновационными процессами;
- 3) понимать сущность проблем инновационного развития, стоящих перед экономическими системами (страны, региона) и материальным производством;
- 4) применять конкретные функции и специфические методы инновационного менеджмента;
- 5) обобщать и систематизировать фактический материал, отражающий особенности формирования и деятельности инновационных структур;
- 6) оценивать инновационный потенциал страны, региона, организации, выбирать стратегию и тактику инновационного поведения для обеспечения конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынке;
- 7) применять методики оценки эффективности инноваций и инновационной деятельности.

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

Дисциплина «Инновационный менеджмент» является дисциплиной по выбору блока 1 «Дисциплины» по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

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

1. Методологические проблемы современной науки (ОК-1, 3, 4; ОПК-7; ПК-20, 24, 26);
2. Стратегический менеджмент (ПК-1, ПК-3, ПК-7, ПК-11);
3. Управление проектами (ПК-3, ПК-8, ПК-9, ПК-11).

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

1. Управление PR проектом в среде Интернет (ОПК-7);

2. Анализ эффективности коммуникационных кампаний (ПК-1, 2, 8);
2. Стратегическое и тактическое планирование PR деятельности в организации (ОПК-2; ПК-1, 3, 4, 11);
3. Производственная (преддипломная) практика (ОПК-1, 2; ПК-23, 25).

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность (ПК-1);
- способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга (ПК-10);
- способность разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов (ПК-11).

В результате изучения дисциплины студент должен:

#### ***Знать:***

- сущность и основные понятия инновационного управления (ПК-1, 10, 11);
- основные этапы развития инновационного менеджмента как науки и профессии (ПК-1, 10, 11);
- принципы, способы и методы оценки инновационных проектов и организаций (ПК-1, 10, 11).

#### ***Уметь:***

- ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций (ПК-1, 10, 11);
- разрабатывать программы осуществления организационных изменений и оценивать их эффективность (ПК-1, 10, 11);
- разрабатывать инновационные проекты и проводить их оценку (ПК-1, 10, 11).

#### ***Владеть:***

- методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль) (ПК-1, 10, 11);
- навыками оценки последствий и рисков при принятии решения (ПК-1, 10, 11);
- навыками разработки и реализации комплексных организационных проектов (ПК-1, 10, 11).

### **4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы**

#### **5. Разработчики:**

ЧГПУ, доцент кафедры коммуникационных технологий и менеджмента А.Н. Николаева.

## **АННОТАЦИЯ**

**дисциплины Б1.В.ДВ.2.1 – «Связи с общественностью в кризисных ситуациях»**

**Трудоемкость: 3 зач. ед. (108 ч.)**

### **1. Цели и задачи дисциплины:**

Цель изучения дисциплины – формирование у магистрантов основ знаний о значении связей с общественностью в кризисных ситуациях, о коммуникации в социальных отношениях, их взаимосвязь с экономическими и организационными процессами, получение комплексной системы знаний о теории и практике управления кризисами, актуальных проблемах и путях их разрешения.

Задачами изучения дисциплины являются:

- формирование системы знаний о связях с общественностью в кризисных ситуациях;
- овладение понятийно-терминологическим аппаратом, характеризующим кризисные процессы и PR;
- изучение современного состояния и основных направлений развития кризисов в регионе, стране и в мире;
- изучение методов анализа показателей PR-деятельности и интерпретации полученных результатов.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры:**

Данная учебная дисциплина относится к дисциплине по выбору Блока 1 «Дисциплины» ОПОП ВО по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

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

1. Пресс-служба в современном коммуникационном процессе (ОПК-1; ОПК-3; ОПК-4).

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

1. Переговорный процесс: стратегия и практика ведения переговоров (ОК-6; ОПК-3; ОПК-5; ОПК-6);

2. Стратегическое и тактическое планирование PR деятельности в организации (ОПК-2; ПК-1; ПК-3; ПК-4; ПК-11).

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

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

**общекультурных (ОК):**

- готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);

**профессиональных (ПК):**

- способность разрабатывать эффективную стратегию и формировать политику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях (ПК-7);

- способность к выработке нестандартных решений (ПК-9);

- способность интегрировать знания, формировать суждения и принимать решения на основе неполной и ограниченной информации (ПК-22).

**В результате изучения дисциплины обучающийся должен:**

**Знать:**

- роли, функции современных кризисов;

- принципы развития и закономерности функционирования связей с общественностью;

- эффективные стратегии и возможные политики риск-менеджмента;

- пути решения проблем кризисных коммуникаций;

- основные информационные факторы.

**Уметь:**

- анализировать роли, функции и задачи поведения в кризисных ситуациях;

- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на общественность;

- разрабатывать стратегии и политики риск- менеджмента;
- находить нестандартные пути решений.

**Владеть:**

- методами и навыками разработки стратегий и формирования антикризисной политики;
- методами проектирования, планирования, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий в кризисных ситуациях.

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

**АННОТАЦИЯ**

**дисциплины Б1.В.ДВ.2.2 – «Управление антикризисными коммуникациями»**

**Трудоемкость: 3 зач. ед. (108 ч.)**

**1. Цели и задачи дисциплины:**

Цель изучения дисциплины – формирование у магистрантов основ знаний о значении связей с общественностью в кризисных ситуациях, о коммуникации в социальных отношениях, их взаимосвязь с экономическими и организационными процессами, получение комплексной системы знаний о теории и практике управления кризисами, актуальных проблемах и путях их разрешения.

Задачами изучения дисциплины являются:

- формирование системы знаний о связях с общественностью в кризисных ситуациях;
- овладение понятийно-терминологическим аппаратом, характеризующим кризисные процессы и PR;
- изучение современного состояния и основных направлений развития кризисов в регионе, стране и в мире;
- изучение методов анализа показателей PR-деятельности и интерпретации полученных результатов.

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

Данная учебная дисциплина относится к дисциплине по выбору Блока 1 «Дисциплины» ОПОП ВО по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

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

1. Пресс-служба в современном коммуникационном процессе (ОПК-1; ОПК-3; ОПК-4).

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

1. Переговорный процесс: стратегия и практика ведения переговоров (ОК-6; ОПК-3; ОПК-5; ОПК-6);

2. Стратегическое и тактическое планирование PR деятельности в организации (ОПК-2; ПК-1; ПК-3; ПК-4; ПК-11).

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

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

**общекультурных (ОК):**

- готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);

**профессиональных (ПК):**

- способность разрабатывать эффективную стратегию и формировать политику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях (ПК-7);

- способность к выработке нестандартных решений (ПК-9);

- способность интегрировать знания, формировать суждения и принимать решения на основе неполной и ограниченной информации (ПК-22).

**В результате изучения дисциплины обучающийся должен:**

**Знать:**

- роли, функции современных кризисов;

- принципы развития и закономерности функционирования связей с общественностью;

- эффективные стратегии и возможные политики риск- менеджмента;

- пути решения проблем кризисных коммуникаций;

- основные информационные факторы.

**Уметь:**

- анализировать роли, функции и задачи поведения в кризисных ситуациях;

- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на общественность;

- разрабатывать стратегии и политики риск- менеджмента;

- находить нестандартные пути решений.

**Владеть:**

- методами и навыками разработки стратегий и формирования антикризисной политики;

- методами проектирования, планирования, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий в кризисных ситуациях.

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

## **АННОТАЦИЯ**

### **дисциплины «Репутационный менеджмент»**

#### **1. Цели и задачи дисциплины:**

Целями освоения дисциплины «Репутационный менеджмент» являются овладение основными понятиями репутационного менеджмента и навыками профилирования репутации субъектов в процессе коммуникационной деятельности.

Задачами изучения дисциплины являются:

- построение модели бизнеса и определение желаемой репутации;

- описание репутации бизнес-субъекта;

- способы преодоления репутационного кризиса;

- построение структуры коммуникационной деятельности компании;

- анализ факторов репутации бизнес-субъекта.

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

Дисциплина «Репутационный менеджмент» является дисциплиной по выбору блока 1 «Дисциплины» по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

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

1. Методологические проблемы современной науки (ОК-1, 3, 4; ОПК-7; ПК-20, 24, 26);
2. Пресс-служба в современном коммуникационном процессе (ОПК-1, 3, 4).

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

1. Анализ эффективности коммуникационных кампаний (ПК-1, 2, 8);
2. Стратегическое и тактическое планирование PR деятельности в организации (ОПК-2; ПК-1, 3, 4, 11);
3. Производственная (преддипломная) практика (ОПК-1, 2; ПК-23, 25).

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

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

- готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);
- способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга (ПК-10).

**В результате изучения дисциплины обучающийся должен:**

**Знать:**

- сущностные характеристики рационализации отношения потребителей к брендам (ОК-3; ПК-10);
- «базовые понятия» бренд и репутация: сходство и различия (ОК-3; ПК-10);
- ценностную основу как базовой мотивации коммуникационной деятельности (ОК-3; ПК-10);
- методику диагностики моделей бизнеса и определение желаемой репутации (ОК-3; ПК-10);
- роль, место и функции репутационного менеджмента (ОК-3; ПК-10);
- способы преодоления репутационного кризиса (ОК-3; ПК-10).

**Уметь:**

- проводить диагностику модели бизнеса и определение желаемой репутации (ОК-3; ПК-10);
- формировать стратегию бизнеса и определение желаемой репутации (ОК-3; ПК-10);
- опознавать симптомы кризисных явлений (ОК-3; ПК-10);
- создавать группу специалистов репутационного менеджмента (ОК-3; ПК-10);
- проводить описание репутации бизнес-субъекта (ОК-3; ПК-10).

**Владеть:**

- навыками построения структуры коммуникационной деятельности компании (ОК-3; ПК-10);
- навыками анализ факторов репутации бизнес-субъекта (ОК-3; ПК-10);

**4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы**

**5. Разработчики:**

ЧГПУ, доцент кафедры коммуникационных технологий и менеджмента А.Н. Николаева

## **АННОТАЦИЯ**

### **дисциплины «Бренд-менеджмент»**

#### **1. Цели и задачи дисциплины:**

Целью освоения учебной дисциплины «Бренд-менеджмент» является ознакомление магистрантов с основами теории и практики бренд-менеджмента, и формирование представления о современных тенденциях развития российского и западного брендинга.

Задачи дисциплины:

1. обеспечить возможность развития навыков в области разработки позиционирования марки, ее бренд-платформы и основных атрибутов (нейма, логотипа, слогана), а также стратегии бренд-коммуникационных кампаний.

2. дать представление о специфике управления брендовым портфелем.

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

1. Методологические проблемы современной науки (ОК-1, 3, 4; ОПК-7; ПК-20, 24, 26);

2. Пресс-служба в современном коммуникационном процессе (ОПК-1, 3, 4).

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

1. Анализ эффективности коммуникационных кампаний (ПК-1, 2, 8);

2. Стратегическое и тактическое планирование PR деятельности в организации (ОПК-2; ПК-1, 3, 4, 11);

3. Производственная (преддипломная) практика (ОПК-1, 2; ПК-23, 25).

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

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

- готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);

- способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга (ПК-10).

**В результате изучения дисциплины обучающийся должен:**

**Знать:**

- основные понятия, категории и инструменты бренд-менеджмента (ОК-3, ПК-10);

- подходы к различным культурам бренда (ОК-3, ПК-10);

- современные практические аспекты в области бренд-коммуникаций, их основные виды и формы (ОК-3, ПК-10);

- принципы управления брендами (ОК-3, ПК-10)

**Уметь:**

- рассматривать современные концептуальные подходы к бренд-коммуникациям в контексте практических ситуаций (ОК-3, ПК-10);

- применять современные технологии управлением брендом в профессиональных целях (ОК-3, ПК-10);

- организовать работу малого коллектива, рабочей группы для решения задач бренд-менеджмента (ОК-3, ПК-10);

**Владеть:**

- технологиями анализа рыночной ситуации для разработки бренда (ОК-3, ПК-10);

- техниками и приемами разработки и управления компонентами бренда (ОК-3, ПК-10);
- методами оценки стоимости бренда (ОК-3, ПК-10);
- приемами обсуждения проблем и обобщения современной практики в области бренд-менеджмента по рассматриваемым группам проблем (ОК-3, ПК-10).

#### **4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы**

#### **5. Разработчики:**

ЧГПУ, доцент кафедры коммуникационных технологий и менеджмента А.Н. Николаева

#### **АННОТАЦИЯ**

**дисциплины Б1.В.ДВ.4.1 – «Консалтинг в связях с общественностью»**

**Трудоемкость: 2 зач. ед. (72 ч.)**

#### **1. Цели и задачи дисциплины:**

Цель изучения дисциплины – формирование у магистрантов необходимых знаний о предпосылках и закономерностях появления информационно- консалтинговой деятельности, его роли на рынке труда работников сферы сервиса в условиях посткризисного развития экономики.

Задачами изучения дисциплины являются:

- систематизация основных научных знаний об информационном консалтинге;
- формирование представлений об информационных потребностях организации;
- приобретение знаний и умений технологий информационного консультирования в области взаимодействия организации и рынка деловой информации;
- раскрытие содержания технологии организации деятельности информационно-консалтинговой службы.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры:**

Данная учебная дисциплина относится к дисциплине по выбору Блока 1 «Дисциплины» ОПОП ВО по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

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

1. Пресс-служба в современном коммуникационном процессе (ОПК-1; ОПК-3; ОПК-4).

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

1. Переговорный процесс: стратегия и практика ведения переговоров (ОК-6; ОПК-3; ОПК-5; ОПК-6);

2. Взаимоотношения с государственными структурами и технологии лоббирования (ОПК-1).

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

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

##### ***профессиональных (ПК):***

- способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга (ПК-10);



- способность решать концептуальные и прикладные задачи в широком или в междисциплинарном контексте (ПК-23);
- способность интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции (ПК-25).

**В результате изучения дисциплины обучающийся должен:**

**Знать:**

- основную проблематику консалтинга как вида профессиональной деятельности;
- эволюцию взглядов на консультирование;
- особенности структуры консалтинговых компаний в России и за рубежом;
- сущность и специфику разработки консалтингового проекта;
- стадии консалтингового процесса;
- методы работы консультанта в сфере PR.

**Уметь:**

- оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки;
- проводить анализ эмпирического материала, раскрывающего состояние конкретной ситуации или компании;
- ориентироваться в вопросах управления консалтинговыми агентствами и службами;
- устанавливать и постоянно поддерживать необходимые связи со средствами массовой информации, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами, агентствами по связям с общественностью, издательствами, заинтересованными фирмами, государственными и общественными структурами, партиями и движениями;
- планировать и организовывать рекламные, пропагандистские, информационные кампании.

**Владеть:**

- навыками разработки эффективной коммуникационной инфраструктуры организации;
- методами сбора и анализа первичной информации (методика брифования), методами сбора и анализа вторичной информации из доступных источников (кабинетное исследование);
- современными приемами разработки консалтингового проекта.

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

**АННОТАЦИЯ**

**дисциплины Б1.В.ДВ.4.2 – «Политконсалтинг»**

**Трудоемкость: 2 зач. ед. (72 ч.)**

**1. Цели и задачи дисциплины:**

Цель изучения дисциплины – формирование у магистрантов необходимых знаний, умений и навыков в сфере политических консультационных услуг.

Задачами изучения дисциплины являются:

- освоение системы знаний по созданию имиджа публичного политика, политической структуры;
- освоение навыков принятия управленческих решений в политической сфере;

- привитие умений диагностировать политическую ситуацию и устранять или смягчать политические конфликты, проводить мониторинг социально-политических процессов;
- обучение магистров планированию и проведению избирательных кампаний и целевых политических PR-акций;
- овладение приемами и методами убеждающего психологического воздействия на людей в процессе политического общения.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры:**

Данная учебная дисциплина относится к дисциплине по выбору Блока 1 «Дисциплины» ОПОП ВО по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

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

1. Пресс-служба в современном коммуникационном процессе (ОПК-1; ОПК-3; ОПК-4).

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

1. Переговорный процесс: стратегия и практика ведения переговоров (ОК-6; ОПК-3; ОПК-5; ОПК-6);

2. Взаимоотношения с государственными структурами и технологии лоббирования (ОПК-1).

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

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

### ***профессиональных (ПК):***

- способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга (ПК-10);

- способность решать концептуальные и прикладные задачи в широком или в междисциплинарном контексте (ПК-23);

- способность интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции (ПК-25).

**В результате изучения дисциплины обучающийся должен:**

### **Знать:**

- основную проблематику консалтинга как вида профессиональной деятельности;

- эволюцию взглядов на консультирование;

- особенности структуры консалтинговых компаний в России и за рубежом;

- сущность и специфику разработки консалтингового проекта;

- стадии консалтингового процесса;

- методы работы консультанта в сфере PR.

### **Уметь:**

- оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки;

- проводить анализ эмпирического материала, раскрывающего состояние конкретной ситуации или компании;

- ориентироваться в вопросах управления консалтинговыми агентствами и службами;

- устанавливать и постоянно поддерживать необходимые связи со средствами массовой информации, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами, агентствами по связям с общественностью, издательствами, заинтересованными фирмами, государственными и общественными структурами, партиями и движениями;
- планировать и организовывать рекламные, пропагандистские, информационные кампании.

**Владеть:**

- методиками создания имиджа в политическом консалтинге;
- методами сбора и анализа первичной информации (методика брифования), методами сбора и анализа вторичной информации из доступных источников (кабинетное исследование);
- современными приемами разработки консалтингового проекта.

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

**АННОТАЦИЯ**

**дисциплины Б1.В.ДВ.5.1 – «Психологический тренинг формирования коммуникативных умений и навыков»**

**Трудоемкость: 2 зач. ед. (72 ч.)**

**1. Цели и задачи дисциплины:**

Цель изучения дисциплины – создание у магистрантов устойчивой положительной мотивации развития лидерских качеств личности, раскрытие личностного потенциала участников группы, формирование представлений о лидерстве, осознание и проявление своих сильных сторон, развитие способности к целеполаганию и организации групповой работы.

Задачами изучения дисциплины являются:

- развитие взаимопонимания и чувства ответственности по отношению к другим людям;
- формирование навыков понимания друг друга;
- приобретение навыков принятия ответственности;
- выявление и развитие представлений о лидерстве;
- приобретение навыков планирования деятельности и организации работы в команде.

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

Данная учебная дисциплина относится к дисциплине по выбору Блока 1 «Дисциплины» ОПОП ВО по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

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

1. Психология управленческой деятельности (ОК-6; ПК-5).
2. Переговорный процесс: стратегия и практика ведения переговоров (ОК-6; ОПК-3; ОПК-5; ОПК-6).

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

1. Взаимоотношения с государственными структурами и технологии лоббирования (ОПК-1).

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

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

***общепрофессиональных (ОПК):***

– владение техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках (ОПК-5).

***профессиональных (ПК):***

– способность работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность (ПК-5).

**В результате изучения дисциплины обучающийся должен:**

**Знать:**

– методы активного воздействия на социально-психологический климат в коллективе;  
– методы управления межличностными и межгрупповыми конфликтами.

**Уметь:**

– устанавливать индивидуальные различия в личностных характеристиках работников и их поведении для повышения результативности деятельности организации;  
– разрабатывать оценочные, мотивационные и поощрительные программы для работников организации;  
– критически оценивать рекомендации отечественных и зарубежных специалистов в области человеческих отношений в организационных системах;  
– различать индивидуальное в личностных характеристиках работников и их поведении для повышения результативности деятельности организации.

**Владеть:**

– методами активного воздействия на социально-психологический климат в коллективе, самостоятельно проводить оценку результатов труда и тестирование личных качеств работников.

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

### **АННОТАЦИЯ**

**дисциплины Б1.В.ДВ.5.2 – «Психологический тренинг влияния и противостояния влиянию»**

**Трудоемкость: 2 зач. ед. (72 ч.)**

#### **1. Цели и задачи дисциплины:**

Цель изучения дисциплины – создание у магистрантов устойчивой положительной мотивации развития лидерских качеств личности, раскрытие личностного потенциала участников группы, формирование представлений о лидерстве, осознание и проявление своих сильных сторон, развитие способности к целеполаганию и организации групповой работы.

Задачами изучения дисциплины являются:

– развитие взаимопонимания и чувства ответственности по отношению к другим людям;  
– формирование навыков понимания друг друга;

- приобретение навыков принятия ответственности;
- выявление и развитие представлений о лидерстве;
- приобретение навыков планирования деятельности и организации работы в команде.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры:**

Данная учебная дисциплина относится к дисциплине по выбору Блока 1 «Дисциплины» ОПОП ВО по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

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

1. Психология управленческой деятельности (ОК-6; ПК-5).

2. Переговорный процесс: стратегия и практика ведения переговоров (ОК-6; ОПК-3; ОПК-5; ОПК-6).

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

1. Взаимоотношения с государственными структурами и технологии лоббирования (ОПК-1).

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

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

***общепрофессиональных (ОПК):***

– владение техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках (ОПК-5).

***профессиональных (ПК):***

– способность работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность (ПК-5).

**В результате изучения дисциплины обучающийся должен:**

**Знать:**

- методы активного воздействия на социально-психологический климат в коллективе;
- методы управления межличностными и межгрупповыми конфликтами.

**Уметь:**

- устанавливать индивидуальные различия в личностных характеристиках работников и их поведении для повышения результативности деятельности организации;
- разрабатывать оценочные, мотивационные и поощрительные программы для работников организации;
- критически оценивать рекомендации отечественных и зарубежных специалистов в области человеческих отношений в организационных системах;
- различать индивидуальное в личностных характеристиках работников и их поведении для повышения результативности деятельности организации.

**Владеть:**

- методами активного воздействия на социально-психологический климат в коллективе, самостоятельно проводить оценку результатов труда и тестирование личных качеств работников.

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

## **АННОТАЦИЯ**

**дисциплины «Взаимоотношения с государственными структурами и технологии лоббирования»**

### **1. Цели и задачи дисциплины:**

Цель изучения дисциплины - умение выстраивать отношения с государственными структурами и умение применять технологию лоббирования.

Задачи дисциплины:

- изучить теоретические аспекты понятия «лоббирование» и выявить основные способы взаимодействия лоббирования с органами государственной власти;
- рассмотреть отдельные аспекты функционирования институтов публичной власти, как системное явление, с обоснованием сущностных компонентов системы государственного и муниципального управления;
- разработать метод возможного использования методов лоббирования в системе продвижения интересов коммерческих структур и обозначить тенденции развития данной тематики.

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

Дисциплина «Взаимоотношения с государственными структурами и технологии лоббирования» является дисциплиной по выбору блока 1 «Дисциплины» по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

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

1. Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах (ОПК-1, 2; ПК-2);
2. Переговорный процесс: стратегия и тактика ведения переговоров (ОК-6; ОПК-3, 5, 6);
3. Связи с общественностью в кризисных ситуациях (ОК-2; ПК-7, 9, 22).

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

1. Производственная (преддипломная) практика (ОПК-1, 2; ПК-23, 25).

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способность руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ОПК-1);

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:**

- принципы распределения экономических функций между государством и субъектами бизнеса (ОПК-1);
- существующие теоретические и реально функционирующие модели взаимодействия государства и бизнеса (ОПК-1);
- понимать экономическую суть государственно-частного партнерства, современные тенденции его развития (ОПК-1);
- принципы цивилизованного лоббирования (ОПК-1).

**Уметь:**

- обосновать теоретически необходимость и возможность государственного регулирования предпринимательства (ОПК-1);
- критически оценивать существующие формы организации и методы государственного регулирования предпринимательства, разрабатывать и обосновывать предложения по их совершенствованию (ОПК-1);
- анализировать состояние и основные результаты коммерческой деятельности компаний и фирм (ОПК-1);
- оценивать действия представителей государственной власти, осуществлять взаимоотношения с государственными организациями и технологию лоббирования (ОПК-1).

**Владеть:**

- методами обоснования необходимости и идентификации избыточных функций государства (ОПК-1);
- навыками установления хороших контактов с государственными ведомствами, в соответствующей сфере, которые будут заинтересованы проблемами бизнеса (ОПК-1).

**4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы****5. Разработчики:**

ЧГПУ, доцент кафедры коммуникационных технологий и менеджмента А.Н. Николаева

**АННОТАЦИЯ****дисциплины «Связи с общественностью в органах власти»****1. Цели и задачи дисциплины:**

Цель изучения дисциплины – сформировать у студентов знания о предмете, структуре и основных функциях связей с общественностью, а также обучить их методологии и основным технологическим приемам управления связями с общественностью.

Задачи дисциплины:

- привить обучающимся представления о связях с общественностью и их роли в системе государственного и муниципального управления;
- сформировать систему знаний об управлении связями с общественностью;
- развить практические умения и навыки по работе с различными группами общественности

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

Дисциплина «Связи с общественностью в органах власти» является дисциплиной по выбору блока 1 «Дисциплины» по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

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

1. Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах (ОПК-1, 2; ПК-2);
2. Переговорный процесс: стратегия и тактика ведения переговоров (ОК-6; ОПК-3, 5, 6);
3. Связи с общественностью в кризисных ситуациях (ОК-2; ПК-7, 9, 22).

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

1. Производственная (преддипломная) практика (ОПК-1, 2; ПК-23, 25).

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способность руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ОПК-1);

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:**

- теоретические основы связей с общественностью (ОПК-1);  
- общепринятую терминологию, используемую как в специальной литературе, так и в практической деятельности в сфере связей с общественностью (ОПК-1);

- методы исследований, планирования и анализа в связях с общественностью (ОПК-1);

- современные средства коммуникации (ОПК-1);

- принципы формирования системы управления и механизмы ее функционирования в связях с общественностью (ОПК-1);

- инструменты предупреждения и разрешения кризисных и конфликтных ситуаций в связях с общественностью (ОПК-1);

- правовые основы и этические нормы связей с общественностью (ОПК-1).

**Уметь:**

- ориентироваться в существующем многообразии подходов к пониманию сущности и роли деятельности по связям с общественностью (ОПК-1);

- прогнозировать и оценивать технологии связей с общественностью в их практическом применении (ОПК-1);

- фиксировать социальные тенденции и адаптировать задачи организации к построению и коррекции новых способов информационно-коммуникативной деятельности (ОПК-1);

- использовать современные средства связи и информационные технологии для работы с информацией и принятия решений конкретных управленческих решений в сфере связей с общественностью (ОПК-1).

**Владеть:**

- современной научной методологией исследования проблем связей с общественностью (ОПК-1);

- методами анализа общественных процессов (ОПК-1);

- навыками публичной и научной речи (ОПК-1);

- налаживать двусторонние партнёрские связи между организацией и обществом (потребителями), формировать общественное мнение (ОПК-1).

**4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы**

**5. Разработчики:**

ЧГПУ, доцент кафедры коммуникационных технологий и менеджмента А.Н. Николаева