

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Русский язык и культура речи»**

для ОПОП «42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и
муниципального управления

Цели изучения дисциплины: повысить уровень коммуникативной компетенции студентов, что предполагает умение использовать средства языка в разных формах в типичных для специалистов данного профиля речевых ситуациях.

Задачи изучения дисциплины:

- дать представление о системе языка, его роли в обществе, соотношении языка и речи, о русском национальном языке и его подсистемах;
- подготовить культурно-речевую базу для освоения речевого поведения в разных профессионально значимых жанрах коммуникации посредством повторения универсальных свойств речи (коммуникативных качеств речи);
- повысить их общую культуру, уровень гуманитарной образованности и гуманитарного мышления;
- способствовать формированию открытой для общения личности, имеющей высокий рейтинг в системе современных социальных ценностей.

Форма получения образования: заочная.

Объем и структура дисциплины:

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часов), 8 часов контактной работы обучающихся с преподавателем (2 часа лекций, 6 – практических занятий), 136 часов самостоятельной работы обучающихся.

Основные разделы:

1. Язык как система знаков. Русский язык как государственный язык РФ.
2. Функциональные стили речи.
3. Культура речи. Нормативный аспект культуры речи.
4. Этический аспект культуры речи.
5. Коммуникативный аспект культуры речи.
6. Подсистемы русского национального языка.
7. Общение и межкультурная коммуникация. Невербальные средства в межкультурной коммуникации.

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО:

Поскольку дисциплина носит явно выраженный профессионально-практический характер, то процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, соответствующих педагогической деятельности, на которую ориентирована данная программа бакалавриата: ОК-5 – способен к коммуникации в устной и письменной формах на русском (и иностранном) языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (в части, касающейся русского языка);

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Особенности реализации дисциплины.

Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Иностранный язык»

Цель изучения дисциплины является повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, и овладение студентами необходимым и достаточным уровнем коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях бытовой, культурной, профессиональной и научной деятельности при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования.

Задачи изучения дисциплины:

- формирование у студентов системы знаний об основных явлениях иностранного языка, их функционировании в иноязычной речи в качестве основы для практического применения изучаемого языка в бытовых и профессиональных ситуациях;
- формирование системы представлений о странах изучаемого языка (география, политическое устройство, культурное наследие, традиции, система образования), воспитание чувства толерантности по отношению к другим культурам;
- формирование и развитие творческого языкового мышления для решения коммуникативных задач бытового и профессионального характера;
- повышение мотивации к изучению иностранного языка как средства расширения кругозора и углубления системных знаний по профилю подготовки педагогического образования, и как средства самостоятельного повышения профессиональной квалификации.

Форма обучения: заочная.

Объем и структура дисциплины: общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 ч.), 22 ч. контактной работы обучающихся с преподавателем, 194 ч. самостоятельной работы обучающихся.

Основные разделы:

- Вводно-коррективный курс.
- Бытовая сфера общения.
- Учебно-познавательная сфера общения.
- Социально-культурная сфера общения.

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО (компетенции): **ОК-5** - способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и

иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

Форма получения образования: заочная.

Форма аттестации: экзамен.

Особенности реализации дисциплины: образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на изучаемом языке и на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Отечественная история»

Цель изучения дисциплины состоит в формировании основ профессиональной компетентности, завершении процесса становления исторического мировоззрения, что позволило бы обученным правильно ориентироваться в социальном пространстве, сформировало бы у них умение при изучении явлений современной жизни учитывать генетические корни исторические судьбы этих явлений, формировало бы будущих специалистов на началах патриотизма и гуманизма.

Задачи изучения дисциплины:

- знакомство студентов с основными научными концепциями исторического развития;
- овладение обучающимися основными понятиями исторической науки;
- изучение хронологии событий истории Киевской Руси, Московского государства, императорской и России, Советского Союза и России на современном этапе;
- получение знаний студентами об основных направлениях и результатах внутренней и внешней политики государства во все периоды Отечественной истории;
- изучение основных проблем социально-экономической истории страны;
- информированность обучаемых и оценка деятельности основных исторических личностей.

Форма обучения: заочная форма.

Объем и структура дисциплины: общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часа), 10 часов контактной работы обучающихся с преподавателем, 134 часа самостоятельной работы обучающихся.

Основные разделы: содержание программы состоит из основных разделов:

Введение.

Тема I. Формирование древнерусского государства и средневекового

общества в VI в. – начале XIII в.

Тема II. Объединение русских земель вокруг Москвы. Формирование единого Российского государства

Тема III. Русское государство в XVI– XVII вв.: от сословно- представительной монархии к самодержавию.

Тема IV. Россия в XVIII в. Становление империи.

Тема V. Россия в первой половине XIX в.

Тема VI. Россия в период реформ. Вторая половина XIX в.

Тема VII. Особенности Российской модернизации на рубеже XIX -XX вв.

Тема VIII. Россия в условиях мировой войны и общенационального кризиса в 1914 – начале 1920-х гг.

Тема IX. Советское общество в начале 1920-х – конце 1930-х гг.

Тема X. СССР в годы Второй мировой войны. Послевоенное развитие страны (1939-1953 гг.).

Тема XI. Социально- экономические, политические изменения в СССР в 1953 – первой половине 1980-х гг.

Тема XII. СССР в условиях перестройки: 1985-1991 гг. Распад СССР.

Тема XIII. Россия на новом этапе исторического развития: 1991-2007 гг.

Планируемые результаты обучения по дисциплине: процесс изучения дисциплины «История» направлен на формирование общекультурной компетенции (ОК-2) – способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Особенности реализации дисциплины: образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Культурология»

Цель изучения дисциплины: формирование целостного понимания о культуре как сфере человеческой деятельности, приобретение студентами способности рефлексивно относиться к окружающей социально-культурной действительности, анализировать ее национальные, этнокультурные и конфессиональные особенности.

Задачи изучения дисциплины:

- дать представление об основных теоретических концепциях культуры;
- научить студентов оперировать основными понятиями и категориями теории культуры;
- раскрыть феноменальный характер культуры;
- показать противоречивый характер культуры как явления;

- определить общее и особенное в закономерностях функционирования различных национальных, этнических и региональных культур;
- представить развитие культуры как сложный разнонаправленный процесс, обусловленный национальными, этнокультурными и конфессиональными особенностями людей;
- показать возможности применения на практике теоретического знания при анализе конкретных культурных явлений;
- определить условия формирования культуры универсальной и культуры индивидуальной;
- научить самостоятельному анализу явлений культуры;
- формировать навыки критического мышления.

Форма обучения: заочная

Объем и структура дисциплины: составляет 4 зачетные единицы, общая трудоемкость – 144 ч., из них 10 ч. контактной работы с преподавателем, 134 ч. самостоятельной работы.

Основные разделы:

Содержание дисциплины представлено следующими темами:

Тема 1. Роль культуры в гуманизации личности. Культурология как область знания. Предмет культурологии

Тема 2. Культура как социально-личностный феномен.

Структура и функции культуры

Тема 3. Социодинамика культуры. Основные концепции типологизации культур

Тема 4. Культура и цивилизация

Тема 5. Культура и природа

Тема 6. Феноменология культуры. Религия, искусство и наука в системе культуры

Тема 7. Культура и предпринимательство. Меценаты и менеджеры в истории культуры и современности

Тема 8 Экология культуры. Проблема сохранения культурного наследия

Тема 9. Художественная культура древнейших цивилизаций

Тема 10. Культура и искусство античности

Тема 11. Культура Средних веков и Возрождения

Тема 12. Культура Нового времени

Тема 13. Социокультурные процессы XX века

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций).

Освоение дисциплины направлено на формирование общекультурной компетенции:

ОК-6 – обладает способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Особенности реализации дисциплины. Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Психология»

Цель изучения дисциплины:

Формирование у студентов обобщенной системы теоретических знаний о содержании различных подходов в психологии, описывающих психологические особенности структуры и функционирования личности.

Задачи дисциплины в соответствии с поставленной целью формулируются следующим образом:

- формирование у студентов целостного представления о предмете психологии, ее базовых категориях – сознании, личности, активности, формах и закономерностях проявления психических процессов;
- анализ теоретико-методологических оснований психологии как науки и основных научных подходов к изучению психологических феноменов;
- формирование у студентов психологической готовности к самоорганизации и самообразованию.
- применение полученных знаний, умений, навыков в самостоятельной профессиональной деятельности при решении практических и прикладных задач.

Структура дисциплины: общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы; общая трудоемкость 108 часа, из них 10 часов контактной работы с преподавателем и 98 часов самостоятельной работы.

Основные разделы.

Содержание дисциплины представлено следующими темами:

1. Психология как научная система знаний
2. Методы исследования в психологии
3. Психические процессы
4. Психология мотивации
5. Психология общения и взаимодействия
6. Психология малой группы
7. Психология конфликта
8. Психология личности
9. Понятие и структура учебной деятельности

Планируемые результаты обучения. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование ОК-7 – способность к самоорганизации и самообразованию.

Форма обучения: *заочная*

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Особенности реализации дисциплины (модуля). Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Социология»

Цели изучения дисциплины: получение научных представлений о предмете социологической науки, об основах функционирования и развития современного общества.

Курс должен помочь студенту адаптироваться в обществе, в профессиональной среде.

Курс необходим для знакомства с основными социологическими терминами, которыми каждый закончивший высшее учебное заведение должен свободно оперировать.

Студенты должны понять условия и факторы, влияющие на формирование и развитие личности, стремиться рассматривать происходящие в обществе процессы через призму социологического (научного) анализа, применяя полученные знания при разрешении конкретных ситуаций.

Социология, как учебный предмет, позволяет воспитывать толерантное отношение к представителям других культур, социальных и этнических групп.

Основная цель изучения курса социологии студентом состоит в формировании социально компетентной личности.

Задачи дисциплины:

- изучить предпосылки возникновения социологии, проанализировать основные этапы развития социологической науки, показать теоретические и методологические различия отдельных социологических школ и концепций;
- рассмотреть место социологии в системе социальных наук;
- рассмотреть особенности предмета, методологии и метода современной социологии, показать принципиальное отличие общей социологии от частных социологических концепций;
- структурировать основные разделы общей социологии, дать современные представления об их содержательном наполнении;
- показать систему логически взаимосвязанных понятий и принципов, посредством которых раскрывается природа (структура и генезис) тех или иных социальных структур, явлений и процессов.
- сформировать у студентов представления о проблемной социальной ситуации, понимании процедуры и методов исследования социальных процессов.

Форма обучения: заочная.

Объем и структура дисциплины:

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы (всего 108 часов), 10 часов контактной работы с преподавателем, 98 часов самостоятельной работы.

Основные разделы. Содержание дисциплины представлено следующими темами:

1. Предыстория и социально-философские предпосылки социологии как науки. Социологический проект О.Конта. Классические социологические теории. Современные социологические теории. Русская социологическая мысль.
2. Социальные группы и общности. Виды общностей. Общность и личность
3. Малые группы и коллективы. Социальная организация
4. Социальное неравенство, социальная стратификация, социальная мобильность
5. Социальное взаимодействие и социальные отношения
6. Общественное мнение как институт гражданского общества
7. Культура как фактор социальных изменений.
8. Личность как социальный тип. Социальный контроль и девиация
9. Социальные изменения Социальные революции и реформы. Концепция социального прогресса
10. Формирование мировой системы. Место России в мировом сообществе
11. Методы социологического исследования.

Планируемые результаты обучения.

Освоение дисциплины направлено на формирование общекультурной компетенции:

ОК-6 (способность работать в команде, толерантно воспринимать социальные, культурные и личностные различия).

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Особенности реализации дисциплины. Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Философия»

Цель и задачи дисциплины:

Цель: развитие мировоззренческой и методологической культуры бакалавра.

Задачи:

- формирование целостного системного представления о мире, месте человека в нем и перспективах их развития;
- выработка навыков непредвзятой, многомерной оценки философских и научных течений, направлений и школ;
- развитие умения логично формулировать, излагать и аргументированно отстаивать собственное видение рассматриваемых проблем;
- овладение приемами ведения дискуссии, полемики, диалога.

Форма обучения: заочная.

Объем и структура дисциплины: 4 зачетные единицы, общая трудоемкость 144 ч.; в том числе 10 ч. контактной работы обучающихся с преподавателем, 134 ч. самостоятельной работы обучающихся.

Основные разделы:

1. Философия в системе культуры.
2. Исторические этапы развития философии
3. Онтология
4. Гносеология
5. Философская антропология
6. Социальная философия

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование *общекультурной компетенции*: ОК-1 - способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Особенности реализации дисциплины:

Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Экономика»

Цель изучения дисциплины: ввести студентов в широкий круг проблем, изучаемых экономической теорией, общих экономических основ и закономерностей функционирования хозяйственных систем.

Задачи дисциплины:

- познание экономических категорий, принципов и законов;
- анализ различных экономических теорий и моделей;
- овладение общетеоретическими методами экономического исследования;
- умение применять теоретические знания для объяснения реальных экономических процессов;
- выяснение особенностей развития российской экономики и возможностей использования различных экономических теорий и моделей.

Форма получения образования: заочная форма.

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет 3 зачетные единицы (108 ч.), контактная работа с преподавателем – 10 ч., самостоятельная работа обучающихся – 98 ч.

Основные разделы. Содержание дисциплины представлено следующими темами:

1. Значение и состояние экономики (экономической теории) в современном мире
2. История экономической мысли
3. Этапы развития экономических учений
4. Предмет, методология и методы экономической теории
5. Экономический образ мышления. «Модели» человека
6. Человек и среда жизнедеятельности в мире экономики
7. Типы экономических систем. Проблемы собственности
8. Основы рыночного хозяйства

Планируемые результаты обучения. Освоение дисциплины направлено на формирование общекультурной компетенции: **ОК-3** - способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Особенности реализации дисциплины. Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Математика и статистика»

Цели изучения дисциплины направлены на формирование и развитие у обучающихся основных математических навыков.

Задачи изучения дисциплины:

- ознакомить студентов с основными математическими методами обработки информации;
- сформировать у студентов начальные навыки применения математических методов при обработке информации;
- ознакомление студентов с элементами теории вероятности и математической статистики на базе стандартного вузовского курса.

Форма обучения: заочная форма.

Объем и структура дисциплины: общая трудоемкость дисциплины составляет: на очном отделении 6 зачетных единиц (216 ч.), в т.ч. 18 ч. контактной работы обучающихся с преподавателем, 198 ч. самостоятельной работы обучающихся.

Основные разделы:

1. Основные элементарные функции и их графики
2. Предел функции
3. Свойства пределов
4. Производная функции и ее применения к исследованию свойств функций
5. Неопределенный интеграл и методы интегрирования; определенный интеграл и его применения
6. Дифференциальные уравнения
7. Элементы теории вероятностей
8. Элементы математической статистики

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

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

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

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Особенности реализации дисциплины: образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации (русском).

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Компьютерные технологии и информатика»

Цель изучения дисциплины: формирование общих представлений об основных принципах информатики, сферах ее применения, перспективах развития и практических навыков по сбору, формированию, поиску и обработке необходимой для специалиста по рекламе информации с применением компьютерных технологий.

Задачи дисциплины:

1. раскрыть содержание базовых понятий, предмета и методов информатики, закономерностей протекания информационных процессов, принципов организации средств обработки информации;
2. сформировать представления о тенденциях развития информационных технологий и использовании современных средств обработки информации для решения задач в рекламной деятельности;
3. изучить прикладное программное обеспечение, применяемое в рекламе;
4. сформировать теоретические знания и практические умения по работе с современными средствами мультимедиа;
5. сформировать теоретические знания и практические умения по работе с базами данных;
6. ознакомить с основными направлениями рекламной деятельности в Internet;
7. воспитывать у студентов информационную культуру, а также культуру умственного труда;
8. прививать осознание значимости приобретаемых знаний и умений для дальнейшей профессиональной деятельности.

Форма получения образования: заочная форма.

Структура дисциплины: общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы; общее количество часов – 144 часов, из них 14 ч. контактной работы с преподавателем, самостоятельная работа – 130 ч.

Основные разделы. Содержание дисциплины представлено следующими темами:

1. Понятие информации, общая характеристика процессов сбора, передачи, обработки и накопления информации. Виды и функции информации в рекламе
2. Компьютерные технологии в профессиональной деятельности специалиста по рекламе
3. Технические и программные средства реализации информационных процессов
4. Базы данных. Использование автоматизированных систем обработки данных для решения задач рекламной деятельности
5. Компьютерная графика
6. Компьютерные сети. Направления рекламной деятельности в Интернет
7. Методы защиты информации

Планируемые результаты обучения. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующей компетенции: **ОПК-6:** способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением

информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Особенности реализации дисциплины. Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Основы теории коммуникации»

Цель изучения дисциплины: ознакомление с основными проблемами теории и практики коммуникации как науки о речевом взаимодействии и помощь студентам в развитии практических навыков речевой коммуникации, необходимых для выполнения функций пресс-секретаря, менеджера коммуникационной структуры, эксперта, консультанта по вопросам массовой информации и деловой коммуникации, общественных связей, гуманитарных технологий, научных, культурных и туристических обменов.

Задачи дисциплины:

- ознакомить студентов с теоретической базой современного учения о коммуникации;
- ознакомить студентов с историей развития коммуникации и с историей развития науки о коммуникации;
- развивать у студентов практические навыки коммуникации, имеющие профессиональную значимость для данной специальности;
- воспитывать у студентов культуру коммуникативного взаимодействия.

Форма получения обучения

Дисциплина рассчитана на студентов, получающих образование в заочной форме.

Объем дисциплины в зачетных единицах

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы (144 ч.), 14 часа контактной работы с преподавателем, 130 часов самостоятельной работы.

Основные разделы:

1. Введение в теорию коммуникации
2. Коммуникация как процесс и структура
3. Исторические вехи возникновения и развития коммуникации
4. История научного изучения коммуникации
5. Вербальная и невербальная коммуникация.
6. Особенности межличностной коммуникации
7. Особенности групповой и специализированной коммуникации
8. Особенности массовой коммуникации
9. Особенности межкультурной и межсоциумной коммуникации

10. Фигура коммуникатора
11. Коммуникативный процесс и содержание коммуникации
12. Коммуникативные стратегии и тактики
13. Теория и практика политической коммуникации
14. Аудитория коммуникации
15. Эффективность коммуникации: публичный монолог
16. Эффективность диалогической коммуникации
17. Комплексный анализ коммуникативного дискурса

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Освоение дисциплины направлено на формирование общекультурной компетенции:

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

Форма промежуточной аттестации - экзамен.

Особенности реализации дисциплины

Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Социология массовых коммуникаций»

Цели и задачи дисциплины:

Основной целью курса является ознакомление студентов с содержанием основных концепций, теоретических положений и основополагающих понятий, используемых в мировой и отечественной науке в изучении массовой коммуникации; обретение навыков прикладных исследований, которые нашли широкое применение в социологии массовой коммуникации, овладение практическим умением не допускать ошибок в рассуждениях и ситуациях коммуникации, видеть ошибки в рассуждениях оппонента, умело участвовать в спорах, дискуссиях, дебатах и полемике.

Задачи дисциплины:

- студенты освоят комплекс знаний о массовой коммуникации как социальном институте, виде деятельности, социокультурном феномене, ее функционировании в обществе и тесной связи с развитием человеческой цивилизации, в частности, со сменой основных социальных, политических и экономических укладов, с технологическими и техническими революциями;
- студенты ознакомятся со спецификой социологического подхода к деятельности СМК, как системе реально функционирующей в широком социальном контексте, оказывающей влияние на индивида, общественное мнение, социум в целом;

- студенты познакомятся с социологическими методами, с помощью которых можно получить представление о качественных и количественных характеристиках коммуникативных процессов; обретут навыки прикладного исследования в области массовой коммуникации;

- создание условий для активной жизнедеятельности студентов, для гражданского самоопределения и самореализации;

- студенты увидят роль и место социологических знаний в процессе принятия решений в сфере профессиональной деятельности – рекламы и связей с общественностью.

Форма получения образования

Формы реализации дисциплины: заочная.

Объем дисциплины в зачетных единицах

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы (144 ч.), 16 часов контактной работы обучающихся с преподавателем, 128 часов самостоятельной работы обучающихся.

Основные разделы.

Содержание дисциплины представлено следующими темами:

1. Предпосылки возникновения социологии массовой коммуникации
2. Предмет, функции, понятийный аппарат социологии массовой коммуникации
3. Методология социологического исследования массовой коммуникации: уровень общей теории
4. Методология социологического исследования массовой коммуникации: теории среднего уровня
5. Методология социологического исследования массовой коммуникации: уровень конкретно-социологических исследований
6. Методика социологических исследований массовой коммуникации
7. Методы сбора информации в социологических исследованиях массовой коммуникации
8. Массовая коммуникация в контексте социокультурной динамики
9. Массовая коммуникация как подсистема общества и социальный институт
10. Средства массовой информации и власть. Понятие «четвертой власти»
11. Средства массовой информации и общественное мнение
12. Реклама в средствах массовой информации
13. PR и средства массовой информации

Планируемые результаты обучения.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующей компетенции: **ОК-6** - (способность работать в команде, толерантно воспринимать социальные, культурные и личностные различия).

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Особенности реализации дисциплины. Дисциплина «Социология массовых коммуникаций» реализуется на русском языке.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Психология массовых коммуникаций»

Цель изучения дисциплины: развитие способности принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований.

Целью в области воспитания является формирование социальной ответственности у бакалавров за организацию массовых коммуникаций и развитие качеств, позволяющих сформировать социально-безопасное содержание сообщения в МК.

Задачи дисциплины:

- изучить психологию массовой коммуникации как понятие и сферу практической деятельности;
- обозначить проблематику массовых коммуникаций;
- освоить умения и навыки анализировать и прогнозировать массовое поведение;
- овладеть методами и способами социально-психологических исследований и воздействия в массовых коммуникациях;
- получить практический опыт проектирования и реализации массовых коммуникаций.

Форма обучения

Дисциплина рассчитана на студентов, получающих образование в **заочной форме**.

Объем дисциплины в зачетных единицах

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы. Всего 144 часа, 14 ч. контактной работы с преподавателем, 130 ч. самостоятельной работы.

Основные разделы.

Содержание дисциплины представлено следующими темами:

№ п/п	Наименование раздела, темы
1.	Исторические и современные тенденции изучения психологии массовых коммуникаций.
2.	Массовая коммуникация как сфера информационной деятельности, основные виды и цели массовой коммуникации.
3.	Психология средств и каналов массовой коммуникации: печать, радио, телевидение, кино, видеотехника, графические средства, компьютерные системы.
4.	Воздействие на аудиторию: убеждение, внушение, заражение и подражание. Роль мотивации аудитории в процессе МК.
5.	Психология процесса коммуникации: внимание, восприятие, мышление, память, воображение, представление аудитории в массовой коммуникации.
6.	Исследование аудитории в МК: психографический портрет в процессе сегментирования: образ жизни, система ценностей, мотивы и потребности, установки.
7.	Проблема эффективности массовой коммуникации, методики оценки эффективности, массовой коммуникации.

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Освоение дисциплины направлено на формирование профессиональной компетенции:

ОК-6 - способность работать в команде, толерантно воспринимать социальные, культурные и личностные различия.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Особенности реализации дисциплины. Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Теория и практика массовой информации»

Цель изучения дисциплины: познакомить с основами теории и практики журналистики, системой средств массовой информации и ее функционированием, выработать у студентов представление о понимании природы «информации» и ее значении для человеческого общества.

Задачи изучения дисциплины:

1. Выработать представление об общих закономерностях современного информационного процесса.
2. Раскрыть внутренний мир журналистики, ее историю, современное состояние.
3. Показать тактику поведения средств массовой информации в условиях становления рынка.
4. Научить студентов ориентироваться в жанровом многообразии журналистского творчества, самостоятельно работать с публицистическими текстами.
5. Показать особенности маркетинговой коммуникации в журналистике.
6. Дать студентам необходимое системное представление о современной структуре PR-текстов.
7. Разъяснить специфику взаимодействия PR-специалистов и представителями средств массовой информации, особенности взаимодействия с внешней и внутренней средой организацией посредством письменной коммуникации.
8. Сформировать у студентов демократические традиции свободы печати и системы норм, определяющие обязанности PR-специалиста по отношению к обществу.

Форма получения образования

Дисциплина рассчитана на студентов, получающих образование в заочной форме.

Объем дисциплины в зачетных единицах

Общая трудоемкость дисциплины составляет 13 зачетных единицы, общая трудоемкость 468 часа, 42 ч. контактной работы с обучающимися, 416 ч. самостоятельной работы.

Основные разделы:

1. Информация и коммуникация: основные понятия и подходы
2. Массовая информация и ее роль в современном мире
3. История развития и современное состояние СМИ
4. Система средств массовой коммуникации (печать, радио, телевидение)
5. СМИ как предприятие
6. Теория и методика журналистского творчества
7. СМИ: правовые и этические нормы
8. Маркетинговые коммуникации в журналистике
9. Технические средства массовой коммуникации
10. Компьютерная техника в производстве современной прессы
11. СМИ и связи с общественностью

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Освоение дисциплины направлено на формирование общепрофессиональной компетенции:

ОПК-3 – обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга;

Форма промежуточной аттестации

зачет, экзамен.

Особенности реализации дисциплины

Образовательная деятельность по дисциплине «Теория и практика массовой информации» осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)»

Цель изучения дисциплины: сформировать у студентов теоретические и практические знания по основам интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью), а также представления о практических навыках применения соответствующих технологий в сфере рекламы и связей с общественностью.

Задачи дисциплины:

9. Изучить теоретические подходы и концепции интегрированных коммуникаций.
10. Определить место рекламы и PR в системе интегрированных коммуникаций.
11. Познакомить с содержанием и особенностями рекламной и PR-деятельности в современном мире.
12. Изучить виды рекламы и PR.
13. Обосновать логику выделения этапов исторического развития рекламы и связей с общественностью.
14. Раскрыть сущность исторической преемственности, общих и отличительных черт традиционных и новых средств, форм и методов рекламной и PR-коммуникации.
15. Способствовать развитию творческой активности студентов, коммуникативных навыков и профессиональной компетентности.
16. Способствовать освоению технологий устного и письменного текста.

Форма получения обучения: заочная форма.

Объем дисциплины в зачетных единицах: общая трудоемкость дисциплины составляет 14 зачетных единицы (504 ч.), 50 ч. контактной работы с преподавателем, 454 ч. самостоятельной работы.

Основные разделы:

1. Интегрированные коммуникации.
2. Public Relations: понятие, сущность.
3. Реклама: понятие, сущность.
4. Возникновение рекламы и становление рекламной деятельности (до изобретения печати).
5. Новый этап развития западноевропейской рекламы (до XIX в.).
6. Развитие западно-европейской рекламы в XIX в.
7. Развитие североамериканской рекламы в XIX – XX вв.
8. Развитие рекламы в России.
9. Современные тенденции развития рекламы.
10. История становления и развития PR в США.
11. История становления и развития PR во Франции.
12. История становления и развития PR в России.
13. PR-документы в системе PR-коммуникации.
14. Спичрайтинг как особый род PR-деятельности.

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Освоение дисциплины направлено на формирование общепрофессиональной компетенции: **ОПК-1** - способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.

Форма промежуточной аттестации: зачет, экзамен.

Особенности реализации дисциплины: образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Основы менеджмента»**

Цель изучения дисциплины: дать будущим бакалаврам по рекламе и связям с общественностью основу прочных теоретических знаний о менеджменте как науке и практике управления в условиях динамизма XXI века.

Задачи дисциплины:

- сформировать у студентов понимание содержания основных категорий, задач, функций и методологии менеджмента;
- дать студентам прочные знания о наиболее важных этапах развития менеджмента как науки и практики, научных школах и подходах в менеджменте;
- обучить студентов анализа современных концепций менеджмента для использования их в практической деятельности;
- сформировать у студентов умение понимания взаимосвязи развития менеджмента, экономического и социального развития общества;
- сформировать у студентов компетенции владениями навыками организации.

Форма получения образования. Дисциплина рассчитана на студентов, получающих образование в **заочной форме**.

Объем дисциплины в зачетных единицах

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц (144ч.), 14 ч. контактной работы с преподавателем, 130 ч. самостоятельной работы обучающегося.

Основные разделы:

- 1 Сущность, содержание, основные принципы менеджмента. Природа и состав функций менеджмента. Общие (основные) и специфические (конкретные) функции менеджмента.
- 2 Становление и развитие теории и практики менеджмента.
- 3 Методология и организация менеджмента. Управление в рыночной экономике. Операционная система. Управление подсистемами.
- 4 Процесс принятия решений. Организационные отношения в управлении. Понятие инновационного процесса. Эффективное управление.
- 5 Социальные факторы и этика менеджмента.
- 6 Мотивация деятельности. Человек в организации. Лидерство. Конфликты в организации.
- 7 Стратегическое планирование в организации. Миссия и цели организации. Стратегия фирмы.
- 8 Проектирование работы в организации. Проектирование организации. Типы организаций.
- 9 Коммуникационные процессы. Организационная культура.
- 10 Контроль в системе предприятия.
- 11 Оперативное планирование своей деятельности (самоменеджмент)

Планируемые результаты обучения по дисциплине

В результате прохождения дисциплины студент должен овладеть следующей общепрофессиональной компетенцией:

ОПК-2 - владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Особенности реализации дисциплины. Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью»**

Цель дисциплины: познакомить студентов с теоретическими представлениями об организации и работе рекламного и PR-отдела, с основными принципами организации информационно-аналитических отделов, рекламных отделов, PR-отделов, пресс-служб и практическими приемами по созданию отделов данного профиля в организациях разных типов.

Задачи дисциплины:

1. научить студентов и слушателей строить организационные структуры рекламных и PR-подразделений для организаций разных типов на основе научных принципов и современной практики,
2. закрепить навыки и умения в исследовательском, аналитическом, творческом сегменте деятельности PR-специалиста,
3. способствовать развитию творческой активности студентов, коммуникативных навыков и профессиональной компетентности.

Форма получения образования

Дисциплина рассчитана на студентов, получающих образование в заочной форме.

Объем дисциплины в зачетных единицах

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, всего 144 часа, 18 ч. контактной работы с преподавателем, 126 часов самостоятельной работы.

Основные разделы

1. PR-отдел и рекламный отдел в структуре организации: целесообразность и принципы создания
2. PR-подразделения и рекламные структуры в органах государственной власти и управления: особенности функционирования, основные задачи, структура
3. PR-отдел и рекламный отдел в коммерческих и некоммерческих организациях: особенности функционирования, основные задачи, структура
4. Квалификационные характеристики специалиста PR и рекламы. Специальности в сфере PR и рекламы
5. Планирование и программирование работы подразделения, его место в разработке общекорпоративной стратегии
6. Исследовательский сегмент в PR-отделе
7. Аналитический сегмент в работе PR-отдела
8. Творческий сегмент в работе PR-отдела

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Освоение дисциплины направлено на формирование общепрофессиональных компетенций:

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

ОПК-2 - владением навыками работы в отделах рекламы и отделах по связям с общественностью.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

Особенности реализации дисциплины

Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Основы маркетинга»

Цели и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины: сформировать компетенции обучающегося в области маркетинга для решения следующих профессиональных задач в соответствии с видами профессиональной маркетинговой деятельности.

Задачи дисциплины: задачи изучения дисциплины формулируются на основе изложения требований к формированию компетенций согласно соответствующим знаниям, умениям, навыкам в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Форма получения образования - **заочная.**

Объем и структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 144 часа, 4 зачетные единицы. 18 часа контактной работы обучающихся с преподавателем, 126 ч. самостоятельной работы обучающихся.

Основные разделы

1. Маркетинг и его сущность, содержание, цели, основные принципы и функции
2. История развития маркетинга как науки. Современная концепция маркетинга
3. Маркетинговые исследования, их содержание и методы проведения. Маркетинговая среда организации
4. Информационное обеспечение маркетинга в организации
5. Анализ рынка. Анализ предпочтений и мотивации потребителя. Анализ фирмы
6. SWOT-анализ, сегментирование рынка и позиционирование товара, как методы исследования глобальных маркетинговых проблем
7. Стратегия и планирование комплекса маркетинга
8. Товар и товарная политика
9. Цены и ценовая политика в маркетинге
10. Каналы распределения и товародвижения
11. Формирование спроса и стимулирование сбыта в маркетинге
12. Коммуникативная политика и реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Маркетинг в рекламе
13. Патентно-правовое обеспечение маркетинговых операций
14. Организационные структуры маркетинга
15. Планирование, управление и контроль маркетинговой деятельности и оценка ее эффективности

Планируемые результаты обучения.

Процесс изучения дисциплины «Основы маркетинга» направлен на формирование общепрофессиональных компетенций:

ОПК-4 – умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

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

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Особенности реализации дисциплины. Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ»

Цель изучения дисциплины - получение студентами необходимых знаний и практических навыков по анализу внутренней и внешней среды предприятия, сбору и обработке маркетинговой информации, структурированию задач в области рекламы и PR и определению стратегий достижения поставленной цели в области связей с общественностью, представлению полученных результатов.

Задачи курса:

- углубление знаний по анализу внутренней и внешней среды компании,
- приобретение практических навыков по сбору и обработке информации, использованию современных средств обработки информации,
- овладению навыками по структурированию задач в области PR и определению стратегий достижения поставленной цели по связям с общественностью.

Форма получения образования: заочная.

Объем и структура дисциплины:

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов), 10 часов контактной работы обучающихся с преподавателем (4 часа лекций, 6 – практических занятий), 98 часов самостоятельной работы обучающихся.

Основные разделы:

- Введение в маркетинговые исследования
- Разработка плана маркетинговых исследований
- Обработка информации, полученной при проведении маркетинговых исследований.
- Подготовка итогового отчета о проведенном маркетинговом исследовании.
- Анализ общественного мнения
- Анализ привлекательности рынка услуг
- Изучение основных методов PR и основных групп
- Анализ конкурентов и оценка конкурентоспособности агентства в области связей с общественностью.
- Традиционные сферы применения результатов маркетинговых исследований.

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО:

Поскольку дисциплина носит явно выраженный профессионально практический характер, то процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, соответствующих педагогической деятельности, на которую ориентирована данная программа бакалавриата:

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

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

В результате освоения дисциплины студенты должны:

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Особенности реализации дисциплины.

Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Безопасность жизнедеятельности»

Цель изучения дисциплины: формирование у студентов знаний, умений и навыков, по обеспечению безопасности в повседневной жизни, в экстремальных, угрожающих и чрезвычайных ситуациях; на воспитание сознательного и ответственного отношения к вопросам личной безопасности и безопасности окружающих; на получение студентами основополагающих знаний и умений, которые позволят им не только распознавать и оценивать опасные ситуации, факторы риска среды обитания, определять способы защиты от них, а также ликвидировать негативные последствия и оказывать само- и взаимопомощь в случае проявления опасностей.

Задачи дисциплины:

– ознакомиться с необходимыми индивидуальными мерами безопасности в повседневной жизни и трудовой деятельности, в опасных и чрезвычайных ситуациях природного, социального и техногенного характера;

– освоить правила и навыки защиты, позволяющие минимизировать возможный ущерб личности, обществу и окружающей среде в опасных и чрезвычайных ситуациях;

– понять причины возникновения и масштабы новых опасностей для человечества от собственной жизнедеятельности;

– сформировать и развить навыки оценки обстановки и принятия целесообразных решений.

Форма получения образования: заочная форма.

Объем дисциплины в зачетных единицах. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 ч.), 6 часов контактной работы с преподавателем, 66 часов самостоятельной работы.

Основные разделы. Содержание дисциплины представлено следующими темами:

Тема 1. Теоретические основы безопасности жизнедеятельности

Тема 2. Чрезвычайные ситуации природного характера и защита населения от их последствий

Тема 3. Чрезвычайные ситуации техногенного характера и защита населения от их последствий

Тема 4. Защита населения от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера

Тема 5. Чрезвычайные ситуации социального характера

Тема 6. Экономическая и информационная безопасность

Тема 7. Чрезвычайные ситуации военного времени

Тема 8. Оказание первой медицинской помощи в чрезвычайных ситуациях

Планируемые результаты обучения.

Освоение дисциплины направлено на формирование общекультурной компетенции: **ОК-9** – готовность пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Особенности реализации дисциплины. Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Стилистика и литературное редактирование»

Цель изучения дисциплины: подготовка высококвалифицированных профессионалов, обладающих навыками составления и редактирования текстов разных стилей и жанров, что особенно важно в эпоху падения речевой культуры. Принципиально важно, чтобы будущие специалисты по связям с общественностью в полной мере владели умениями и навыками составления и правки текстов и осознали меру ответственности, которую принимает на себя человек, обращающийся к групповой и массовой аудитории.

Задачи дисциплины:

- повторение и систематизация изученных в курсе «Русский язык и культура речи» понятий, связанных со всеми видами литературной нормы;
- представление современного русского языка как системы взаимодействующих функциональных стилей (функциональных типов речи);
- характеристика особенностей каждого функционального стиля (типа речи);
- систематизация изученных в курсе «Русский язык и культура речи» понятий, связанных с качествами хорошей речи, в том числе точности, жанрово-стилистической уместности, богатства и выразительности;
- систематизация знаний студентов о типах отклонений от литературной нормы (лексической, словообразовательной, морфологической, синтаксической, стилистической);
- представление типологии всех видов ошибок (орфографических, пунктуационных, речевых, грамматических, синтаксических, логических), а также всех видов стилистических недочетов;
- характеристика основных принципов и правил практической стилистики, в том числе работы редактора с фактическим материалом текста, его логической и композиционной структурой и т.д.
- помощь в освоении технической стороны редактирования;
- воспитание любви к родному языку, чувства личной ответственности за собственное речевое поведение и за состояние речевой культуры общества, формирование на этой основе профессиональной компетенции будущего специалиста по связям с общественностью.

Форма получения образования. заочная форма.

Объем дисциплины в зачетных единицах. Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 ч.), 20 ч. контактной работы обучающихся с преподавателем, 196 ч. самостоятельной работы обучающихся.

Основные разделы дисциплины

1. Объект и предмет стилистики
2. Система функциональных стилей
3. Принципы русской орфографии и пунктуации как основа правки-вычитки
4. Стилистические ресурсы русского языка
5. Литературное редактирование текстов разных стилей и жанров
6. Правка-вычитка, правка-сокращение
7. Правка-обработка
8. Комплексная правка текста. Основы копирайтинга

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Освоение дисциплины направлено на формирование общепрофессиональной компетенции

ОПК-3 – обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Особенности реализации дисциплины. Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Основы проектной деятельности»

Цели и задачи дисциплины:

Цель изучения дисциплины: получение системных, структурированных базовых знаний и отработка практических навыков проектной технологии; развитие навыков работы в проектной команде.

Задачи дисциплины:

- сформировать общее представление об истории и современном состоянии теории и практики управления проектами в рекламной деятельности и связях с общественностью;
- изучить технологию проектной деятельности;
- научить составлять проектную документацию;
- дать представление и обучить проводить мониторинг проекта;
- развивать уровень гражданского самоопределения и самореализации для максимального удовлетворения потребностей студентов в интеллектуальном, культурном и нравственном развитии.

Форма получения образования

Формы реализации дисциплины: заочная.

Объем дисциплины в зачетных единицах

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 ч.), 12 ч. контактной работы обучающихся с преподавателем, 96 ч. самостоятельной работы обучающихся.

Основные разделы.

Содержание дисциплины представлено следующими темами:

14. Основы проектной деятельности (понятия дисциплины, введение)
15. Типы проектов
16. Жизненный цикл проекта
17. Предпроектный анализ
18. Разработка концепции проекта
19. Целевая структура проекта. Дерево целей
20. Планирование проекта
21. Ресурсное обеспечение проекта
22. Результаты, риски, развитие и мониторинг проекта

Планируемые результаты обучения.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОПК-4 - умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия

ОПК-5 - умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Особенности реализации дисциплины. Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Технология производства рекламного продукта»

Цель изучения дисциплины: обучение основным знаниям и навыкам проектирования и производства рекламного продукта в рамках организации и проведения рекламных кампаний.

Задачи дисциплины:

1. Сформировать представления об этапах, принципах и методах создания рекламного продукта в целом и его наиболее важных составных частях и видах.
2. Дать студентам знания и сформировать базовые навыки разработки концепций рекламного обращения для создания рекламных сообщений.
3. Ознакомить с инвентарем средств коммуникативного воздействия, используемых в рекламе, и привить базовые навыки использования этих средств при создании рекламного продукта.
4. Ознакомить студентов с принципами и методами художественного оформления рекламного продукта, приемами художественного дизайна и редактирования.
5. Научить основным подходам к творческому производству и технологии разработки рекламного продукта, в том числе в печатных и электронных средствах массовой информации.
6. Научить использовать креативные технологии разработки и продвижения бренда.
7. Ознакомить студентов с ролью и функциями дизайнеров, крейтеров, копирайтеров в рекламных агентствах и рекламных службах предприятий и организаций.

8. Вооружить студентов методиками тестирования и экспертной оценки рекламного продукта для определения его эффективности и соответствия правовым и этическим нормам.

9. Сформировать у студентов инициативность, самостоятельность, способность к успешной социализации в обществе, профессиональную мобильность и другие профессионально значимые личные качества.

10. Развивать будущего конкурентоспособного специалиста с высшим профессиональным образованием, обладающего высокой культурой, интеллигентностью, социальной активностью.

11. Развивать уровень гражданского самоопределения и самореализации для максимального удовлетворения потребностей студентов в интеллектуальном, культурном и нравственном развитии.

Форма получения образования

Формы реализации дисциплины: заочная.

Объем дисциплины в зачетных единицах

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетные единицы (216 ч.), 20 ч. контактной работы обучающихся с преподавателем, 196 ч. самостоятельной работы обучающихся.

Основные разделы.

1.	Введение в курс «Технология производства рекламного продукта»
2.	Форма и содержание рекламного продукта
3.	Творческий процесс разработки рекламного продукта
4.	Место рекламного текста в проектировании рекламных продуктов.
5.	Художественное оформление, дизайн и редактирование в рекламе. Рекламный креатив.
6.	Творческое производство и технологии рекламного продукта (по его видам)
7.	Место рекламного продукта в рамках планирования рекламной кампании. Рекламные стратегии
8.	Творческие профессии в разработке рекламы.
9.	Проектная документация в процессе разработки рекламных продуктов (техническое задание, креативный бриф)
10.	Подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции
11.	Оценка эффективности рекламного продукта

Планируемые результаты обучения.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОПК-1- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.

Форма промежуточной аттестации: зачет, экзамен.

Особенности реализации дисциплины. Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Иностранный язык в сфере интегрированных коммуникаций»

Цель изучения дисциплины: обучение студентов практическому владению деловой речью и языком специальности для активного применения иностранного языка в профессиональном общении.

Задачи дисциплины:

- 1) ознакомить студентов с особенностями общения в различных ситуациях профессионального общения;
- 2) сформировать навыки употребления языковых явлений (лексических единиц, формул речевого общения, грамматических форм и конструкций, дифференцированных по видам речевой деятельности);
- 3) сформировать основные умения устного и письменного общения в рамках ситуаций профессионального общения;
- 4) сформировать умения самостоятельного изучения учебно-методической литературы и творческого применения полученных знаний на практике.

Форма получения образования

Формы реализации дисциплины: заочная.

Объем дисциплины в зачетных единицах

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетные единицы (180 ч.), 12 ч. контактной работы обучающихся с преподавателем, 168 ч. самостоятельной работы обучающихся.

Основные разделы.

12.	Что такое PR
13.	История PR
14.	PR как профессия
15.	PR, реклама и маркетинг
16.	PR в мире корпораций
17.	Деятельность PR
18.	Средства массовой информации
19.	Пресса
20.	Пресс-релизы
21.	Вопросы этики

Планируемые результаты обучения.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

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

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Особенности реализации дисциплины. Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Информационно-коммуникационные технологии»**

Цель изучения дисциплины: обучение студентов использованию информационных и коммуникационных технологий в учебной и профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- ознакомление бакалавров с тенденциями развития информационно-коммуникационных технологий;

- изучение места информационных и компьютерных технологий в профессиональной деятельности бакалавра по рекламе и PR;
- анализ информационных ресурсов профессионального характера;
- создание профессиональных информационных ресурсов с помощью компьютерных технологий.

Форма получения образования

Дисциплина рассчитана на студентов, получающих образование в **заочной форме**.

Объем дисциплины в зачетных единицах

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, общая трудоемкость 108 часов, из них 12 ч. контактной работы обучающихся с преподавателем, 96 ч. самостоятельной работы обучающихся.

Основные разделы:

1. Информационно-коммуникационные технологии: понятие, сущность
2. Интернет-технологии профессиональной деятельности
3. Информационная безопасность и защита информации
4. Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью
5. Создание и продвижение веб-сайтов
6. Знакомство с сервисом GoogleDocs
7. Работа с редактором таблиц GoogleDocs
8. Создание презентации в GoogleDocs
9. Создание опросов в GoogleDocs
10. Создание блога PR-специалиста в GoogleBlogger

Планируемые результаты обучения

Процесс изучения дисциплины «Информационно-коммуникационные технологии» направлен на формирование следующей общекультурной компетенции:

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

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Особенности реализации дисциплины. Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Медиапланирование»

Цель изучения дисциплины: обучение основным знаниям и навыкам эффективного размещения рекламных сообщений в рамках планирования и проведения рекламных кампаний в масс-медиа в условиях ограниченного бюджета.

Задачи дисциплины:

12. Сформировать общее представление об истории и современном состоянии медиапланирования в рекламной деятельности.
13. Дать представление о понятиях, методиках расчета показателей медиапланирования для эффективного размещения рекламных сообщений.
14. Сформулировать и определить принципы стратегического, тактического и оперативного планирования рекламных кампаний.

15. Сформировать практические навыки эффективного выбора рекламных носителей с учетом основных медиапараметров при фиксированном бюджете и в определенные сроки.
16. Сформировать представление о разработке основных медиадокументах (медиаобсчет, медиаплан, медиакарта, медиабриф).
17. Сформировать у студентов инициативность, самостоятельность, способность к успешной социализации в обществе, профессиональную мобильность и другие профессионально значимые личные качества.
18. Развивать будущего конкурентоспособного специалиста с высшим профессиональным образованием, обладающего высокой культурой, интеллигентностью, социальной активностью.
19. Развивать уровень гражданского самоопределения и самореализации для максимального удовлетворения потребностей студентов в интеллектуальном, культурном и нравственном развитии.

Форма получения образования

Дисциплина рассчитана на студентов, получающих образование в **заочной форме**.

Объем дисциплины в зачетных единицах

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы (144 ч.), 6 контактной работы обучающихся с преподавателем, 138 самостоятельной работы обучающихся.

Основные разделы:

1. Понятие медиапланирования и исторические предпосылки его возникновения
2. Интегрированные маркетинговые коммуникации и планирование рекламы по медиа-микс
3. Рекламная кампания
4. Стратегия и тактика медиапланирования
5. Процесс медиапланирования и основные показатели
6. Особенности выбора средств распространения рекламы.
7. Виды рекламы в различных медиа
8. Размещение рекламы в печатных СМИ
9. Размещение рекламы на радио
10. Размещение рекламы на телевидении
11. Размещение наружной и транзитной рекламы
12. Планирование Интернет-рекламы
13. Медиаплан. Контроль и оценка эффективности медиаплана.
14. Оценка эффективности рекламной кампании

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Освоение дисциплины направлено на формирование общепрофессиональной компетенции:

ОПК-4 - умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Особенности реализации дисциплины

Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Бизнес-планирование»**

Цель изучения дисциплины:

сформировать знания и умения в области бизнес-планирования.

Задачи задачи:

1. Ознакомить студентов с современными методами планирования и управления в бизнесе.
2. Научить методике составления инвестиционных заявок для получения кредитов.
3. Расширить области и уровень знаний в бизнесе и предпринимательской деятельности.

Форма получения образования

Дисциплина рассчитана на студентов, получающих образование в заочной форме.

Объем дисциплины в зачетных единицах

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, всего по плану 108 часов, 10 часов контактной работы с преподавателем, 98 часов самостоятельной работы.

Основные разделы.

1. Бизнес-план и его роль в инновационном менеджменте
2. Типы бизнес-планов. Содержание основных разделов бизнес-плана
3. Рекомендации по оформлению и анализу бизнес-плана.
4. Оформление инвестиционной заявки.
5. Продвижение бизнес-плана, его презентация.
6. Обеспечение безопасности деловой информации

Планируемые результаты обучения.

Процесс изучения дисциплины «Бизнес-планирование» направлен на формирование следующей общепрофессиональной компетенции:

ОПК-4 - умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.

Форма промежуточной аттестации: зачет.**Особенности реализации дисциплины**

Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Современная научная картина мира»**

Цель изучения дисциплины: сформировать представления о моделях естественнонаучной картины мира.

Задачи изучения дисциплины:

- ознакомление с сущностью основных природных явлений и методами их исследования;
- формирование целостного представления о современной естественнонаучной картине мира;
- овладение новыми естественнонаучными понятиями;

- расширение кругозора, формирование научного мышления и научного мировоззрения;
- приобретение знаний, необходимых для изучения смежных дисциплин.

Форма получения образования по дисциплине – заочная.

Структура дисциплины: трудоемкость дисциплины 3 зачетные единицы, общая трудоемкость 108 часов, в т.ч. 8 часов контактной работы преподавателя с обучающимися и 100 часов самостоятельной работы.

Основные разделы. Содержание дисциплины представлено следующими темами:

Раздел 1. Введение. Место науки в духовной жизни общества.

Раздел 2. Логика и методология научного познания.

Раздел 3. Понятие естественнонаучной картины мира. Исторические типы естественнонаучной картины мира.

Раздел 4. Научные революции. Место научных революций в формировании естественнонаучной картины мира.

Раздел 5. Структурная организация живой и неживой материи.

Раздел 6. Физико-химическая картина мира.

Раздел 7. Биологическая картина мира.

Раздел 8. Астрономическая картина мира.

Раздел 9. Синергетика.

Раздел 10. Человек как предмет естественнонаучного познания

Планируемые результаты обучения. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенции:

ОК-1 способность использовать основы философских знаний для формирования научного мировоззрения.

Форма промежуточной аттестации: зачет .

Особенности реализации дисциплины. Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Физическая культура»**

Целью изучения дисциплины является: формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Задачами изучения дисциплины является:

- понимание социальной значимости физической культуры и её роли в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности;

- знание научно-биологических, педагогических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;
- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое совершенствование и самовоспитание привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом;
- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте;
- приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей организма занимающихся в рамках внедрения Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса норм ГТО среди молодежи;
- обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности к будущей профессии и быту;
- создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений.

Форма получения образования: заочная.

Объем и структура дисциплины и виды учебной работы: составляет 2 зачетные единицы (72 ч.), 10 ч. контактной работы с обучающимися, 62 ч. отводится на самостоятельную работу.

Основные разделы:

Тема 1. Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов.

Тема 2. Социально-биологические основы физической культуры.

Тема 3. Основы здорового образа жизни студента. Физическая культура и обеспечение здоровья.

Тема 4. Психофизиологические основы учебного труда и интеллектуальной деятельности. Средства физической культуры в регулировании работоспособности.

Тема 5. Общая физическая и специальная подготовка в системе физического воспитания.

Тема 6. Основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями в системе внедрения ВФСК ГТО среди широких слоев населения.

Тема 7. Спорт. Индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений.

Тема 8. Особенности занятий избранным видом спорта или системой физических упражнений.

Тема 9. Самоконтроль занимающихся физическими упражнениями и спортом.

Тема 10. Профессионально-прикладная физическая подготовка (ППФП) студентов.

Тема 11. Физическая культура в профессиональной деятельности специалиста.

Тема 12. Особенности ВФСК ГТО в общекультурной и профессиональной подготовки студентов.

Планируемые результаты обучения: ОК-8 – способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Особенности реализации дисциплины (модуля): дисциплина реализуется на русском языке.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Имиджелогия»**

Цель изучения дисциплины: раскрыть закономерности конструирования и деконструкции имиджа, необходимые в повседневной жизни и профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- Изучить понятийно-категориальный аппарат имиджологии, представить ее межпредметные связи.
- Обосновать культурно-историческую динамику значения имиджа для социальных субъектов разного уровня.
- Обозначить существующие классификации имиджей.
- Раскрыть универсальный алгоритм формирования эффективного имиджа.
- Рассмотреть роль самопознания и саморазвития в конструировании персонального имиджа.
- Проанализировать роль СМИ, рекламы, PR-деятельности как инструмента формирования внешнего имиджа социальных субъектов разного ранга.
- Изучить прикладные, технологические аспекты конструирования и деконструкции имиджа (персонального, корпоративного, имиджа товара и услуги территориального) с помощью целевых PR-кампаний.

Форма получения образования

Дисциплина рассчитана на студентов, получающих образование в **заочной форме**.

Объем дисциплины в зачетных единицах

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, всего по плану 108 часа, 20 часов контактной работы с преподавателем, 88 часов самостоятельной работы.

Основные разделы.

- 1) Имидж как социокультурный феномен
- 2) Персональный имидж как объект управления
- 3) Корпоративный имидж как объект управления
- 4) Конструирование имиджа товара и услуги
- 5) Имидж территорий как объект управления
- 6) Технологии управления имиджем

Планируемые результаты обучения. Изучение дисциплины направлено на формирование общепрофессиональной компетенции:

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

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Особенности реализации дисциплины. Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Социально-корпоративная ответственность»**

Цель изучения дисциплины: формирование представления об управлении социальной деятельностью организации во внутренней и внешней среде; формирование компетенций, направленных на применение технологий КСО в бизнесе, местном управлении, некоммерческих и негосударственных организациях, учреждениях

образования и развитие умений профессионального их использования для достижения взаимовыгодных, согласованных с интересами общества целей.

Задачи дисциплины:

- Дать студентам широкое представление об основных вопросах формирования и становления корпоративной ответственности в России, в государственных и муниципальных учреждениях, коммерческих организациях;
- Усвоение содержания, особенностей, проблем и преимуществ традиционных моделей и технологий социальных инвестиций;
- Формирование представления о предмете, основных понятиях, содержании, формах и методах развития и оценки корпоративной социальной ответственности;
- Освоение средств и методов социальной оценки различных моделей КСО, а также их эффективности;
- Формирование готовности к работе по развитию в организации корпоративной социальной ответственности;
- Сформировать видение необходимости повышения прозрачности для снижения корпоративных конфликтов, привлечения инвестиций и повышения конкурентоспособности отечественных корпораций.

Форма получения образования: заочная форма.

Объем дисциплины в зачетных единицах: общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 ч.), 10 ч. – контактной работы с преподавателем, 62 ч. – самостоятельной работы обучающегося.

Основные разделы дисциплины:

1. Социально-корпоративная ответственность: основные понятия, введение в курс.
2. Социальная ответственность бизнеса: зарубежный и отечественный опыт.
3. Социальная политика РФ.
4. Принципы корпоративно-социальной ответственности.
5. Составляющие, характеристики и виды социальной ответственности.
6. Система корпоративно-социальной ответственности.
7. Проектирование корпоративной социальной политики.
8. Социальная отчетность.
9. Эффективность реализации КСО.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОК-4 - способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности;

ОПК-4 - умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Особенности реализации дисциплины. Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Деловое общение»**

Цель изучения дисциплины – помочь студентам в овладении нормами деловой речи как важнейшим средством общения, сформировать достаточно высокий уровень профессиональной коммуникативной компетенции.

Задачи:

- обучить студентов основам деловой речи, одного из самых распространенных видов социальной коммуникации,
- познакомить с формами делового общения, с особенностями профессионально значимых речевых жанров;
- познакомить студентов с психологическими основами делового общения;
- познакомить с основными понятиями этики делового общения;
- подготовить студентов к созданию и восприятию профессионально значимых речевых жанров;
- воспитывать у студентов уважение к нормам делового общения, понимание норм делового общения как средства, способствующего формированию комфортных условий для работы персонала и клиентов (посетителей).

Структура дисциплины: Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

Основные разделы.

Содержание дисциплины представлено следующими темами:

1. Введение. Формы делового общения
2. Письменное деловое общение. Оформление деловых документов
3. Основы устного общения. Законы публичной речи
4. Аргументация в публичном выступлении
5. Деловые переговоры Классические правила ведения диалога
- 6 Деловая беседа
7. Полемика в деловой коммуникации
8. Этика профессионального общения. Деловой этикет
9. Национальные особенности делового общения (этики)
10. Атрибуты делового общения. Комплексный анализ и оценка коммуникативных качеств

Планируемые результаты обучения:

Процесс изучения дисциплины «Деловое общение» направлен на формирование следующей компетенции:

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

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Особенности реализации дисциплины. Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Цели и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины: сформировать умения использовать основные положения и методы при решении этнопсихологических и социальных задач и развить способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы.

Целью в области воспитания является формирование социальной ответственности у бакалавров за организацию межкультурных коммуникации и развитие толерантности к особенностям другой культуры.

Задачи дисциплины:

- изучить психологию межкультурной коммуникации как понятие и сферу практической деятельности;
- обозначить проблематику культурных норм, культурного шока;
- освоить умения и навыки анализировать и прогнозировать последствия межкультурной коммуникации;
- овладеть методами и способами кросс-культурных исследований и межкультурных коммуникаций;
- получить практический опыт проектирования и реализации оптимальных форм межкультурного взаимодействия.

Форма получения образования

Формы реализации дисциплины: заочная.

Объем дисциплины в зачетных единицах

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов – трудоемкость, 4 ч. – лекции, 10 ч. – практические занятия, 94 часа самостоятельной работы обучающихся на заочной форме обучения.

Структура дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела, темы
1.	Основы кросс-культурных коммуникаций как учебная дисциплина
2.	Культурно-антропологические основы кросс-культурных коммуникаций
3.	Психологические аспекты кросс-культурных коммуникаций
4.	Категоризация культур
5.	Вербальная и невербальная составляющая кросс-культурных коммуникаций
6.	Национальные образы мира
7.	Проблема освоения «чужой культуры»
8.	Формирование межкультурной компетентности
9.	Кросс-культурные коммуникации в отдельных видах деятельности
10.	Потенциальные проблемы кросс-культурной коммуникации и возможности ее оптимизации

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины «Основы кросс-культурных коммуникаций» направлен на развитие: **ОПК-4** - умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Особенности реализации дисциплины

Дисциплина «Основы кросс-культурных коммуникаций» реализуется на русском языке.

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Политические реклама и PR»

Цель изучения дисциплины: выработка целостного представления о сущности, месте и роли политической рекламы в современной политической жизни.

Задачи дисциплины:

1. Дать представление о закономерностях исторического развития политической рекламы.
2. Рассмотреть массовое и индивидуальное сознания как объектов политической рекламы.
3. Изучить зависимости между деятельностью средств массовой коммуникации в современном мире и рекламной деятельностью.
4. Дать представление об основных методах, обеспечивающих рациональное осуществление политической рекламной деятельности;
5. Рассмотреть коммуникативные особенности политической рекламы;
6. Сформировать у студентов навыки исследований в области политической рекламы и отдельных элементов проведения рекламной кампании.

Структура дисциплины: общая трудоемкость 4 зачетные единицы (144 часа), 18ч. Контактной работы, 126 ч. – самостоятельной работы.

Основные разделы.

Содержание дисциплины представлено следующими темами:

15. Политическая реклама в системе интегрированных коммуникаций
2. История мировой политической рекламы
3. Этапы становления политической рекламы в России
4. Социальные предпосылки и условия появления и распространения политической рекламы как массового явления
5. Особенности и разновидности политической рекламы
6. Политическая реклама и общественное мнение
7. Политическая реклама и поведение электората
8. Аудитория СМИ как целевая аудитория политической рекламы

Планируемые результаты обучения. Освоение дисциплины направлено на формирование общепрофессиональной компетенции: **ОПК-5** умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Особенности реализации дисциплины. Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Социальная реклама»

Цель изучения дисциплины: сформировать у студентов целостное представление о социальной рекламе как способе формирования общественно-значимых ценностей.

Задачи дисциплины:

- раскрыть основные этапы исторического развития социальной рекламы в России и за рубежом;

- дать представление о содержании социальной рекламы, ее функциях и основных задачах;
- определить специфику социальной рекламы и освоить ее категориальный аппарат;
- изучить технологические аспекты проектирования социальной рекламы;
- рассмотреть вербальную составляющую социальной рекламы;
- изучить способы оценки эффективности социальной рекламы;
- развивать будущего конкурентоспособного специалиста с высшим профессиональным образованием, обладающего высокой культурой, интеллигентностью, социальной активностью;
- развивать уровень гражданского самоопределения и самореализации для максимального удовлетворения потребностей студентов в интеллектуальном, культурном и нравственном развитии.

Форма получения образования

Дисциплина рассчитана на студентов, получающих образование в **заочной форме**.

Объем дисциплины в зачетных единицах

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 ч.), 12 контактной работы обучающихся с преподавателем, 96 самостоятельной работы обучающихся.

Основные разделы:

22. Введение в курс «Социальная реклама»
23. История социальной рекламы в России и за рубежом
24. Теория социальной рекламы
25. Технология социальной рекламы

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Освоение дисциплины направлено на формирование общепрофессиональной компетенции: **ОПК-1** - способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Особенности реализации дисциплины. Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Деловой иностранный язык»

Цель изучения дисциплины: обучение студентов практическому владению деловой речью и языком специальности для активного применения иностранного языка в профессиональном общении.

Задачи дисциплины:

- 5) ознакомить студентов с межкультурными особенностями общения в различных ситуациях делового общения;
- 6) сформировать навыки употребления языковых явлений (лексических единиц, формул речевого общения, грамматических форм и конструкций, дифференцированных по видам речевой деятельности);
- 7) сформировать основные умения устного и письменного общения в рамках изучаемых тем;
- 8) сформировать умения самостоятельного изучения учебно-методической литературы и творческого применения полученных знаний на практике.

Форма получения образования

Дисциплина рассчитана на студентов, получающих образование в **заочной форме**.

Объем дисциплины в зачетных единицах

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, общая трудоемкость 180 часов, 12 контактной работы обучающихся с преподавателем, 168 самостоятельной работы обучающихся.

Основные разделы:

1. Карьера. Трудоустройство
2. Продажи и покупки в он-лайн
3. Компании
4. Великие идеи
5. Управление стрессом
6. Корпоративная культура
7. Маркетинг
8. Планирование
9. Правила управления персоналом
10. Новый бизнес

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Освоение дисциплины направлено на формирование общекультурной компетенции:

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

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Особенности реализации дисциплины. Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на иностранном языке (английском).

Аннотация рабочей программы дисциплины «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту»

Целью изучения дисциплины является: формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Задачами изучения дисциплины является:
понимание социальной значимости физической культуры и её роли в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности;
знание научно-биологических, педагогических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;
формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое совершенствование и самовоспитание привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом;
овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте;
приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей организма занимающихся в рамках внедрения Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса норм ГТО среди молодежи;
обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности к будущей профессии и быту;
создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений.

Форма получения образования: заочная.

Объем и структура дисциплины: В учебный план дисциплина «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» в объеме 328 часов, которые не переводятся в зачетные единицы, (распределение трудоемкости по отдельным видам учебных занятий и самостоятельной работы): для студентов 1-2 курса очного отделения в количестве 328 часов лабораторных.

Основные разделы:

Методико-практические и учебно-тренировочные занятия

Раздел 1.

1. Методики эффективных и экономичных способов овладения жизненно

важными умениями и навыками (ходьба, передвижение на лыжах, плавание и т.д.).

2. Простейшие методики самооценки работоспособности, усталости, утомления и применения средств физической культуры для их направленной коррекции.

3. Методика составления индивидуальных программ физического самовоспитания и занятия с оздоровительной, рекреационной и воспитательной направленностью (медленный бег, плавание, прогулка на лыжах).

4. Основы методики самомассажа.

5. Методика корригирующей гимнастики для глаз.

6. Методика составления и проведения простейших самостоятельных занятий физическими упражнениями гигиенической и тренировочной направленности, с целью поддержания физического развития в рамках подготовки и сдачи норм ГТО.

Раздел 2.

1. Методы коррекции осанки и телосложения.

2. Методика самоконтроля состояния здоровья и физического развития (стандарты, индексы, программы, формулы, нормы ГТО и др.).

3. Методика самоконтроля за функциональным состоянием организма (функциональные пробы).

4. Методика проведения учебно-тренировочного занятия.

5. Методика самооценки специальной физической и спортивной подготовленности по избранному виду спорта (тесты, контрольные задания).

6. Методика индивидуального подхода и применение средств для направленного развития отдельных физических качеств.

7. Основы методики организации судейства по избранному виду спорта.

8. Методы регулирования психоэмоционального состояния, применяемые при занятиях физической культурой и спортом.

9. Средства и методы мышечной релаксации в спорте.

10. Методика самостоятельного освоения отдельных элементов профессионально-прикладной физической подготовки.

11. Методика проведения производственной гимнастики с учетом заданных условий и характера труда, в рамках внедрения ВФСК ГТО среди широких слоев населения.

Планируемые результаты обучения: ОК-8 – способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

Форма промежуточной аттестации: зачет (2-4 семестр).

Особенности реализации дисциплины (модуля): дисциплина реализуется на русском языке.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Лингвистическая экспертиза»

Цели и задачи дисциплины:

Цель курса: формирование полных системных представлений о лингвистической экспертизе рекламы как одной из разновидностей экспертной деятельности.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи:**

- сформировать представление о процессуально-юридической стороне экспертной деятельности и ее продуктах;
- сформировать представление об исследовательской стороне экспертной деятельности и ее продуктах;
- описать основные параметры судебной лингвистической экспертизы рекламы;
- обучить студентов методам лингвистической экспертизы.
- сформировать навык составления и оформления экспертных заключений.

Форма получения образования

Дисциплина рассчитана на студентов, получающих образование в заочной форме.

Объем дисциплины в зачетных единицах

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108), 4 ч. контактной работы обучающихся с преподавателем, 104 ч. самостоятельной работы обучающихся.

Основные разделы:

1. Основы экспертологии
2. Лингвистическая экспертиза по арбитражным делам, касающихся споров о товарных знаках
3. Лингвистическая экспертиза по административным делам, связанным с рекламным законодательством

Планируемые результаты обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы профессиональные компетенции:

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

ПК-8 (способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические,

рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы).

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Особенности реализации дисциплины. Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Информационно-психологические войны»**

Цель изучения дисциплины: формирование системы представлений о социально-политических отношениях современного общества в результате воздействия информационного противоборства, принимающего в современных условиях формирования информационного общества такие агрессивные и социально опасные формы, как информационно-психологическая экспансия, информационная агрессия, информационно-психологическая война.

Задачи изучения дисциплины:

1. Разъяснить специфику информационно-психологических войн: сходства и различия от классической войны, раскрыть понятия «информационная война» и «психологическая война» и выявить их точки пересечения, в результате которых происходит зарождение информационно-психологической войны.
2. Дать представление об основных научных подходах к информационно-психологической войне.
3. Дать представление об основных видах информационно-психологических атак, видах, методах и средствах информационно-психологического воздействия.
4. Сформировать представления о предпосылках и социальных последствиях информационно-психологических войн на современном этапе общественного развития.
5. Сформировать систему навыков работы в ситуации ведения информационно-психологического воздействия и разработки комплекса мероприятий, направленных на противодействие.
6. Развивать уровень гражданского самоопределения и самореализации для максимального удовлетворения потребностей студентов в интеллектуальном, культурном и нравственном развитии.

Форма получения обучения

Дисциплина рассчитана на студентов, получающих образование в **заочной форме**.

Объем дисциплины в зачетных единицах

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, общая трудоемкость 108 часа, 4 ч. контактных часа с преподавателем, 104 самостоятельной работы обучающихся.

Основные разделы:

1. Введение в понятие информационно-психологических войн: основные подходы.
2. История информационных войн.
3. Концепция информационно-психологических войн в современном научном осмыслении: стратегия и тактика
4. Способы и приемы отражения информационных атак в информационном пространстве.
5. Основные способы выхода из информационно-психологической войны

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Освоение дисциплины направлено на формирование профессиональной компетенции: **ПК-7** - способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Особенности реализации дисциплины. Образовательная деятельность по дисциплине «Информационно-психологические войны» осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Product Placement» (Правила размещения продукта)

Цель изучения дисциплины: дать общее представление технологических и психологических особенностях «Product Placement» (Правила размещения продукта), познакомить с технологиями реализации моделей «Product Placement» (Правила размещения продукта).

Целью в области воспитания является формирование социальной ответственности у бакалавров за организацию рекламных коммуникаций и развитие качеств, позволяющих сформировать социально-безопасное содержание рекламного сообщения.

Задачи дисциплины:

- изучить «Product Placement» (Правила размещения продукта) как понятие и сферу практической деятельности;
- освоить модели и технологии реализации «Product Placement» (Правила размещения продукта);
- овладеть методами и способами социально-психологических исследований эффективности стратегии «Product Placement» (Правила размещения продукта);
- получить практический опыт разработки и реализации технологий «Product Placement» (Правила размещения продукта).

Форма получения образования

Дисциплина рассчитана на студентов, получающих образование в **заочной форме**.

Объем дисциплины в зачетных единицах

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, всего 108 часов, 12 часов контактной работы обучающихся с преподавателем, 96 часов самостоятельной работы обучающихся.

Основные разделы.

1. Понятие «Product Placement» и основные объекты продвижения.
2. Исторические аспекты развития Product Placement за рубежом и в России.
3. Нормативно-правовые аспекты Product Placement.
4. Особенности применения Product Placement в различных сферах жизнедеятельности общества.
5. Технология создания Product Placement.

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Освоение дисциплины направлено на формирование профессиональных компетенций:

- **ПК-7** (способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий)
- **ПК-8** (способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы)

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Особенности реализации дисциплины. Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Рекламный менеджмент»

Цель изучения дисциплины: познакомить студентов с теоретическими представлениями об организации и работе рекламных агентств разного типа и рекламных отделов внутри коммерческих и некоммерческих организаций.

Задачи дисциплины:

- познакомить с содержанием и особенностями рекламной деятельности в современном мире;
- раскрыть сущность рекламного процесса;
- познакомить со спецификой управления рекламной деятельностью и разработкой рекламной стратегии;
- овладеть особенностями планирования и проведения рекламных кампаний;
- способствовать развитию творческой активности студентов, коммуникативных навыков и профессиональной компетентности.

Форма получения образования. Дисциплина рассчитана на студентов, получающих образование в заочной форме.

Объем дисциплины в зачетных единицах. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, Общая трудоемкость 108 часов, 12 часов контактной работы с преподавателем, 96 часов самостоятельной работы.

Основные разделы

26. Сущность рекламного менеджмента
27. Организационные формы рекламной деятельности
28. Специфика управления рекламной деятельностью
29. Рекламное агентство и его роль в организации рекламной деятельности
30. Рекламные стратегии как компонент рекламного менеджмента

Планируемые результаты обучения. Освоение дисциплины направлено на формирование следующих профессиональных компетенции:

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

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Особенности реализации дисциплины. Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Современная пресс-служба»

Цели и задачи дисциплины

Цель курса – изучить теоретические основы работы и развить навыки для работы в пресс-службе.

Задачи:

- воспитать патриотизм в студентах через уважительное отношение к органам государственного аппарата, регулирующим деятельность журналистов;
- познакомить с ролью и функциями пресс-службы в современном обществе;
- дать понятие о правовых и этических нормах деятельности сотрудников пресс-службы;
- овладеть принципами организации пресс-служб;
- научить организации и проведению публичных акций, основных мероприятий для прессы, мониторинга СМИ;
- познакомить с принципами организации работы пресс-службы в условиях кризисной ситуации;
- сформировать понятие о деятельности пресс-секретаря.

Форма осуществления образования по дисциплине: заочная форма.

Объем дисциплины в зачетных единицах

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц.

Основные разделы курса:

1. Общая характеристика современных пресс-служб.
2. Особенности организации и функционирования пресс-служб.
3. Специфика работы пресс-секретаря и сотрудников пресс-службы
4. Принципы создания единого информационного пространства пресс-службы.
5. Основные правила подготовки и проведения пресс-конференций.
6. Специфика работы пресс-службы в государственных и негосударственных, коммерческих и некоммерческих организациях.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Освоение дисциплины направлено на формирование профессиональной компетенции: **ПК-6** (способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации)

Форма промежуточной аттестации. Зачет.

Особенности реализации дисциплины. Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Современная PR-служба»

Цели и задачи дисциплины

Цель курса – изучить теоретические основы работы и развить навыки для работы в PR-службе.

Задачи:

- воспитать патриотизм в студентах через уважительное отношение к органам государственного аппарата, регулирующим деятельность журналистов;
- познакомить с ролью и функциями PR-службы в современном обществе;
- дать понятие о правовых и этических нормах деятельности сотрудников PR-службы;
- овладеть принципами организации PR-служб;
- научить организации и проведению публичных акций, основных мероприятий для прессы, мониторинга СМИ;
- познакомить с принципами организации работы PR-службы в условиях кризисной ситуации;
- сформировать понятие о деятельности пресс-секретаря.

Форма осуществления образования по дисциплине: заочная форма.

Объем дисциплины в зачетных единицах

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единицы.

Основные разделы курса:

7. Общая характеристика современных PR-служб.
8. Особенности организации и функционирования PR-служб.
9. Специфика работы пресс-секретаря и сотрудников PR-службы
10. Принципы создания единого информационного пространства PR-службы.
11. Основные правила подготовки и проведения пресс-конференций.
12. Специфика работы PR-службы в государственных и негосударственных, коммерческих и некоммерческих организациях.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Освоение дисциплины направлено на формирование профессиональной компетенции: **ПК-6** (способность участвовать в создании эффективной

коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации)

Форма промежуточной аттестации. зачет

Особенности реализации дисциплины. Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Риторика профессионального общения»

Цель изучения дисциплины – помочь студентам в овладении нормами деловой речи как важнейшим средством общения, сформировать достаточно высокий уровень профессиональной коммуникативной компетенции.

Задачи:

- обучить студентов основам деловой речи, одного из самых распространенных видов социальной коммуникации,
- познакомить с формами делового общения, с особенностями профессионально значимых речевых жанров;
- познакомить студентов с психологическими основами делового общения;
- познакомить с основными понятиями этики делового общения;
- подготовить студентов к созданию и восприятию профессионально значимых речевых жанров;
- воспитывать у студентов уважение к нормам делового общения, понимание норм делового общения как средства, способствующего формированию комфортных условий для работы персонала и клиентов (посетителей).

•
Форма получения образования. Заочная форма.

Объем дисциплины в зачетных единицах. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы (108 часов), 4 часа контактной работы обучающихся с преподавателем, 104 часа самостоятельной работы обучающихся.

Основные разделы. Содержание дисциплины представлено следующими темами:

1. Введение. Формы делового общения
2. Письменное деловое общение. Оформление деловых документов
3. Основы устного общения. Законы публичной речи
4. Аргументация в публичном выступлении
5. Деловые переговоры Классические правила ведения диалога
- 6 Деловая беседа
7. Полемика в деловой коммуникации
8. Этика профессионального общения. Деловой этикет
9. Национальные особенности делового общения (этики)
10. Атрибуты делового общения. Комплексный анализ и оценка коммуникативных качеств

Планируемые результаты обучения. Процесс изучения дисциплины «Деловое общение» направлен на формирование следующей профессиональной компетенции:

- ПК-6 - способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.
- ПК-5 - способность реализовывать проекты и владеть методами их реализации.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Особенности реализации дисциплины. Дисциплина реализуется на русском языке.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Тренинг командообразования»

Цель дисциплины - формирование умений и навыков командообразования и работы в команде, воспитание качеств конструктивного межличностного взаимодействия.

Задачи дисциплины:

- ознакомить с содержанием основных подходов к командообразованию как к методу организационной психологии;
- познакомить с основными, принципами, методами и приемами создания команды;
- научить умениям разрабатывать программу тренинга командообразования.

Форма получения образования по дисциплине – заочная.

Объем и структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы (108 ч.).

Основные разделы.

Содержание дисциплины представлено следующими темами:

1. Командообразование в структуре социальной психологии
2. Командообразование как направление PR-деятельности
3. Командообразование как метод
4. Методика формирования команды
5. Практика командообразования

Планируемые результаты обучения.

Процесс изучения дисциплины «Тренинг командообразования» направлен на формирование следующей компетенции:

ПК-5 - способность реализовывать проекты и владеть методами их реализации

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Особенности реализации дисциплины. Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Информационное право»

Цель изучения дисциплины: формирование профессиональных и социальных компетенций, необходимых специалисту по рекламе и связям с общественностью, основанных на соблюдении законодательных норм в процессе профессиональной деятельности; подготовка специалистов, способных обеспечивать информационную безопасность государства, общества и личности.

Задачи дисциплины:

- знакомство с основами конституционного, административного и гражданского права, регулирующими отношения в сфере рекламы и PR и составляющими его нормативную базу;
- определение места и роли информационного права и информационного законодательства в современном информационном обществе;
- знакомство с правовым режимом информации ограниченного доступа, информации, являющейся коммерческой и государственной тайной;
- формирование умений применить знание законодательства в конкретной профессиональной ситуации;
- формирование юридической грамотности и гражданской ответственности в осуществлении будущей профессиональной деятельности.

Форма получения образования: заочная форма.

Объем дисциплины в зачетных единицах. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 ч.), 10 ч. контактной работы обучающихся с преподавателем, 98 ч. самостоятельной работы обучающихся.

Основные разделы. Содержание дисциплины представлено следующими темами:

1. Информационное право как отрасль права
2. Информационно-правовые нормы и отношения. Источники информационного права
3. Понятие и виды субъектов информационного права
4. Правовой режим информации ограниченного доступа, информации, составляющей коммерческую, служебную и государственную тайну
5. Права граждан в информационной сфере
6. Правовое регулирование средств массовой информации
7. Правовое регулирование отношений в сфере рекламной и PR-деятельности

Планируемые результаты обучения по дисциплине. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОК-4 – способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности;

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

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Особенности реализации дисциплины. Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Правовое регулирование рекламной и PR-деятельности»

Цель изучения дисциплины: формирование профессиональных и социальных компетенций, необходимых специалисту по рекламе и связям с общественностью, основанных на соблюдении законодательных норм в процессе профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- знакомство с основами конституционного, административного и гражданского права, регулирующими отношения в сфере рекламы и PR и составляющими его нормативную базу;
- изучение истории развития рекламного законодательства в нашей стране и за рубежом;
- изучение саморегулирования в сфере PR и рекламной деятельности, прав и обязанностей саморегулирующих организаций;
- знакомство с правовыми основами деятельности пресс-служб;
- знакомство с правами и обязанностями субъектов PR и рекламной деятельности;
- изучение общих и специальных требований к отдельным видам рекламы и особенностей правового регулирования отдельных видов ее распространения;
- изучение специальных требований к рекламе отдельных товаров и услуг;
- знакомство с государственным регулированием и контролем в сфере рекламы;
- изучение основных форм ответственности в сфере рекламы;
- знакомство с правом интеллектуальной собственности, его формами и правовой защитой;
- знакомство с правовым режимом информации ограниченного доступа, информации, являющейся коммерческой и государственной тайной;
- формирование умений применить знание законодательства в конкретной профессиональной ситуации;
- формирование юридической грамотности и гражданской ответственности в осуществлении будущей профессиональной деятельности.

Форма получения образования: заочная форма.

Объем дисциплины в зачетных единицах. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 ч.), 10 ч. контактной работы обучающихся с преподавателем, 104 ч. самостоятельной работы обучающихся, 4 ч. – контроль.

Основные разделы. Содержание дисциплины представлено следующими темами:

1. Саморегулирование и правовое регулирование в сфере рекламы и PR
2. Основные источники рекламного права и деятельности по связям с общественностью.
3. Информация как предмет правового регулирования
4. Отношения со СМИ в правовом поле. Правовые основы деятельности пресс-служб.
5. Защита репутации юридическими средствами. Судебная и внесудебная защита чести, достоинства и деловой репутации.
6. Правовые основы связей с общественностью в политической сфере. Правовое регулирование политической рекламы.

7. Юридическое определение рекламы. Виды рекламы по российскому законодательству. Общие требования к рекламе и специальные требования к отдельным ее видам.
8. Основные субъекты рекламных правоотношений, их права и обязанности.
9. Особенности правового регулирования рекламы в зависимости от способа ее распространения.
10. Специальные требования к рекламе отдельных товаров и услуг.
11. Интеллектуальная собственность в сфере рекламы и PR, ее охрана.
12. Договоры в сфере рекламной и PR-деятельности. Основы договорного права.
13. Юридическая ответственность за нарушение законодательства в сфере рекламы и PR

Планируемые результаты обучения по дисциплине. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОК-4 – способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности;

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

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Особенности реализации дисциплины. Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Дизайнпроектирование рекламы»

Цель изучения дисциплины: обучение студентов использованию компьютерных технологий при создании рекламных продуктов.

Задачи изучения дисциплины:

- 1) ознакомление бакалавров с тенденциями развития компьютерных технологий;
- 2) изучение места компьютерных технологий в профессиональной деятельности бакалавра в области рекламы и СО;
- 3) анализ программных решений для подготовки рекламных продуктов;
- 4) проектирование и создание рекламных продуктов с помощью компьютерных технологий.

Форма получения образования

Дисциплина рассчитана на студентов, получающих образование в **заочной форме**.

Объем дисциплины в зачетных единицах

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачётных единицы (72 ч.), 12 ч. контактной работы обучающихся с преподавателем, 60 часов самостоятельной работы обучающихся.

Основные разделы:

1. Дизайнпроектирование рекламы: понятие, сущность
2. История зарождения и развития дизайна

3. Дизайн в рекламной деятельности
4. Проектирование рекламного продукта
5. Основы композиции в проектировании рекламы
6. Введение в Adobe Photoshop
7. Вспомогательные режимы Adobe Photoshop
8. Работа с растровой графикой: выделенные области, рисование и заливка
9. Применение графических эффектов Adobe Photoshop при разработке презентаций
10. Основы работы в CorelDRAW
11. Работа с текстом в CorelDRAW
12. Графические эффекты в проектировании рекламных продуктов
13. Вёрстка макета печатного издания в CorelDRAW
14. Профессиональная разработка рекламного продукта

Планируемые результаты обучения

Процесс изучения дисциплины «Дизайнпроектирование рекламы» направлен на формирование следующей компетенции:

ПК-8 – способность организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.

Форма промежуточной аттестации: зачёт.

Особенности реализации дисциплины. Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Вёрстка и дизайн газеты»

Цель изучения дисциплины: обучить студентов работе с основными настольными издательскими системами и графическими редакторами, применению компьютерных технологий для вёрстки газет, необходимых для выполнения функций газетного дизайнера, специалиста по вёрстке, редактора, издателя, корреспондента и т.д.

Задачи изучения дисциплины:

- 1) развивать компетенцию в сфере использования компьютерных технологий для поиска, переработки и представления текстовой и визуальной информации;
- 2) сформировать представление об этических нормах поведения в издательском деле, основанном на авторском праве;
- 3) показать особенности навыков работы в команде при использовании настольных издательских систем;
- 4) познакомить студентов с основными проблемами издательского дела в современных условиях и определить перспективы их дальнейшего развития;
- 5) развивать профессиональную компетентность в сфере социально-трудовой деятельности.

Форма получения образования

Дисциплина рассчитана на студентов, получающих образование в **заочной форме**.

Объем дисциплины в зачетных единицах

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачётных единицы (72 ч.), 12 ч. контактной работы обучающихся с преподавателем, 60 часов самостоятельной работы обучающихся.

Основные разделы:

1. Компьютерные издательские технологии
2. Издательская деятельность в сфере рекламы и PR
3. Графическая информация в издательском деле
4. Вёрстка газетной статьи
5. Текстовый процессор в издательском деле (Microsoft Office Word)
6. Компьютерная графика: Adobe Photoshop, GIMP, CorelDRAW
7. Настольные издательские системы при вёрстке газет: Microsoft Publisher, Adobe InDesign

Планируемые результаты обучения

Процесс изучения дисциплины «Вёрстка и дизайн газет» направлен на формирование следующей компетенции:

ПК-8 – способность организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.

Форма промежуточной аттестации: зачёт.

Особенности реализации дисциплины. Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Практикум по саморекламе»

Цель изучения дисциплины: способствовать осознанию важности компетентного подхода к саморекламированию в различных ситуациях социального и профессионального общения; достижение приемлемого (необходимого и достаточного) для актанта уровня саморекламы.

Задачи:

- Формирование умений и навыков установления контактов.
- Развитие навыков аргументации, невербальных методов общения. (Обретение собственного речевого стиля).
- Обучение навыкам делового общения, технике ведения переговоров, постановке вопросов.
- Развитие способности управлять мимикой, жестами, движениями. (Языку телодвижений).
- Обучить навыкам самопрезентации.

Объем дисциплины в зачетных единицах

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Структура дисциплины.

Основные разделы:

Определение понятий “реклама”, «презентация» и “самореклама”, «самопрезентация»; “имидж”, “образ” и “мнение”.

Модели коммуникативно-речевого акта саморекламы в формальном и содержательном аспектах

Определение задачи и сверхзадачи имиджевого продукта. Мотивационный узел

Концепции содержания (актуальность, доступность, новизна тематики) и формы (соответствующие невербальные (визуальные и акустические) компоненты) имиджевого продукта

Формирование “портрета” целевой аудитории (возраст, статус, ожидания, гендер и т. д.) и планирование ее участия в презентации.

Прогнозирование коммуникативных барьеров в процессе саморекламы и определение способов их преодоления

Расчет баланса затратности и эффективности действия саморекламы

Предварительное определение стратегий, тактик и приемов саморекламы

Соотношение инициативности и эмпатийности в процессе позиционирования имиджа

Говорящий и аудитория: конфронтация, индифферентность или сотрудничество?

Коммуникативно-речевые стратегии, тактики и приемы в ходе позиционирования имиджа и предъявления имиджевого продукта. Примеры реализации. Причины предпочтения тех или иных вариантов

Этические и юридические требования к содержанию и форме имиджевого продукта

Коммуникативно-речевые промахи, неудачи и сбои: причины, профилактика, преодоление

Мониторинг эффективности созданного имиджа. Оптимизация интеллектуальных и энергетических затрат на саморекламу

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование: **ПК-5** – способность реализовывать проекты и владеть методами их реализации.

Форма получения образования

Дисциплина предназначена для студентов, получающих заочное обучение.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

Особенности реализации дисциплины

Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Брендинг»

Цель изучения дисциплины: освоение теоретических и практических основ брендинга; овладение навыками анализа брендинга как процесса создания бренда.

Задачи дисциплины:

1. Сформировать базисные знания о сущности брендинга, его структуре и значении.
2. Научить анализировать индивидуальность бренда.
3. Научить методикам организации и проведения маркетинговых исследований при разработке бренда;
4. Научить планировать и разрабатывать идентичность бренда.

Форма получения образования

Дисциплина рассчитана на студентов, получающих образование в заочной форме.

Объем дисциплины в зачетных единицах

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 ч.), 14 часов контактной работы с преподавателем, 94 часов самостоятельной работы.

Основные разделы:

1. Понятие бренда и его структура. Типология брендов.
2. Содержание и атрибуты бренда.
3. Портфель брендов компании и архитектура бренда.
4. Понятие брендинга и основные этапы разработки бренда.
5. Сегментирование и позиционирование бренда.
6. Технологии брендинга.

Планируемые результаты обучения.

Освоение дисциплины направлено на формирование профессиональной компетенции:

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

Форма промежуточной аттестации - зачет.

Особенности реализации дисциплины

Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Оценка эффективности рекламных кампаний»

Цель изучения дисциплины: подготовить студентов к анализу рекламных кампаний разного типа, на разном этапе жизненного цикла посредством использования маркетинговых исследований.

Задачи дисциплины:

- Подготовить выпускников к проектной деятельности в области разработки и реализации рекламных кампаний.
- Ознакомить с видами эффективности рекламных кампаний.
- Научить использовать различные методы оценки рекламных кампаний.
- Ознакомить с инструментарием тестирования рекламных продуктов в рамках проведения рекламных кампаний.
- Сформировать у студентов инициативность, самостоятельность, способность к успешной социализации в обществе, профессиональную мобильность и другие профессионально значимые личные качества.
- Развивать будущего конкурентоспособного специалиста с высшим профессиональным образованием, обладающего высокой культурой, интеллигентностью, социальной активностью.

Форма получения образования

Дисциплина рассчитана на студентов, получающих образование в **заочной форме**.

Объем дисциплины в зачетных единицах

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, всего 180 часов, 16 ч. контактной работы обучающихся с преподавателем, 92 ч. самостоятельной работы обучающихся.

Основные разделы

1. Введение в курс. Планирование рекламных кампаний
2. Качественные и количественные методы исследований в рекламе
3. Коммуникативная эффективность рекламы
4. Экономическая эффективность рекламы
5. Медиаизмерения в рекламе
6. Маркетинговые исследования в рекламе
7. Структура аналитического отчета и оформление результатов исследования

Планируемые результаты обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины у студентов должна быть сформирована профессиональная компетенция: **ПК-4** (владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение договор, контракт).

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Особенности реализации дисциплины

Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Оценка эффективности PR-кампаний»

Цель изучения дисциплины: подготовить студентов к анализу PR-кампаний разного типа, на разном этапе жизненного цикла посредством использования маркетинговых исследований.

Задачи дисциплины:

- Подготовить выпускников к проектной деятельности в области разработки и реализации рекламных кампаний.
- Ознакомить с видами эффективности PR- кампаний.
- Научить использовать различные методы оценки рекламных кампаний.
- Ознакомить с инструментарием тестирования PR- продуктов в рамках проведения PR- кампаний.
- Сформировать у студентов инициативность, самостоятельность, способность к успешной социализации в обществе, профессиональную мобильность и другие профессионально значимые личные качества.

– Развивать будущего конкурентоспособного специалиста с высшим профессиональным образованием, обладающего высокой культурой, интеллигентностью, социальной активностью.

Форма получения образования

Дисциплина рассчитана на студентов, получающих образование в **заочной форме**.

Объем дисциплины в зачетных единицах

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, всего 180 часов, 16 ч. контактной работы обучающихся с преподавателем, 92 ч. самостоятельной работы обучающихся.

Основные разделы

1. Введение в курс. Планирование PR- кампаний
2. Качественные и количественные методы исследований в рекламе и PR
3. Коммуникативная эффективность PR-деятельности
4. Экономическая эффективность PR-деятельности
5. Медиаизмерения в PR-деятельности
6. Маркетинговые исследования в PR-деятельности
7. Структура аналитического отчета и оформление результатов исследования

Планируемые результаты обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины у студентов должна быть сформирована профессиональная компетенция: **ПК-4** (владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение договор, контракт).

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Особенности реализации дисциплины

Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Спонсоринг, фандрайзинг»

Цель изучения дисциплины: формирование у студентов понимания сущности благотворительности как общественного феномена и разновидности профессиональной деятельности в сфере связей с общественностью.

Задачи дисциплины:

1. Рассмотреть сущность, содержание, функции спонсорства в обществе.
2. Познакомить с основными формами, моделями социальной деятельности, с технологиями использования PR-методов в социальных кампаниях.
3. Сформировать стройное представление о предпосылках и тенденциях развития спонсорства на современном этапе общественного развития.

4. Рассмотреть значение спонсорской деятельности в виде технологий фандрайзинга и спонсоринга в практике упрочения связей с общественностью бизнеса, государственных учреждений и некоммерческих организаций.
5. Сформировать базисные знания о сущности брендинга, его структуре и значении.
6. Научить анализировать индивидуальность бренда.
7. Научить методикам организации и проведения маркетинговых исследований при разработке бренда;
8. Научить планировать и разрабатывать идентичность бренда.

Форма получения образования

Дисциплина рассчитана на студентов, получающих образование в заочной форме.

Объем дисциплины в зачетных единицах

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, общая трудоемкость составляет 180 часов; 16 часов контактной работы с преподавателем, 164 часов самостоятельной работы.

Основные разделы:

1. Понятие спонсорства и его специфика.
2. Спонсоринг как неотъемлемый признак спонсорства.
3. Фандрайзинг как неотъемлемый признак спонсорства.
4. Социальный проект: методика его разработки.

Планируемые результаты обучения

Освоение дисциплины направлено на формирование профессиональной компетенции:

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

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Особенности реализации дисциплины

Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Антикризисный PR»

Цель изучения дисциплины: подготовить студентов к созданию и анализу антикризисных мероприятий в области связей с общественностью.

Задачи дисциплины:

- Владеть основными понятиями дисциплины.

- Знать существующие основные направления PR-деятельности в период кризиса.
- Владеть основами разработки PR-стратегии развития предприятия.
- Планировать антикризисные PR-кампании в зависимости от вида деятельности компании.
- Сформировать у студентов инициативность, самостоятельность, способность к успешной социализации в обществе, профессиональную мобильность и другие профессионально значимые личные качества.
- Развивать будущего конкурентоспособного специалиста с высшим профессиональным образованием, обладающего высокой культурой, интеллигентностью, социальной активностью.
- Развивать уровень гражданского самоопределения и самореализации для максимального удовлетворения потребностей студентов в интеллектуальном, культурном и нравственном развитии.

Форма обучения. Дисциплина рассчитана на студентов, получающих образование в заочной форме.

Объем и структура дисциплины.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, общая трудоемкость составляет 180 часов; 16 часов контактной работы с преподавателем, 164 часов самостоятельной работы.

Основные разделы.

Содержание дисциплины представлено следующими темами:

1. Введение в курс. Антикризисный PR
2. Управление PR в кризисных ситуациях: теоретический аспект
3. Планирование антикризисных PR-кампаний: практический аспект

Планируемые результаты обучения.

Освоение дисциплины направлено на формирование следующей профессиональной компетенции: **ПК-7** – способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Особенности реализации дисциплины. Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Методика работы с научным текстом»

Цели и задачи дисциплины

Цель курса – способствовать расширению представлений о стилистике научного текста, совершенствовать умения создания научных текстов различных жанров, повысить уровень профессиональной компетенции.

Задачи курса:

1. Расширить представления о научном стиле как варианте реализации национального языка;
2. Ознакомить с основными жанрами научных текстов и их языковыми особенностями;
3. Совершенствовать умения и навыки создания собственного научного текста различных жанров;
4. Воспитывать потребность в самосовершенствовании речевых умений в научном общении.

Форма получения образования

Формы реализации дисциплины: заочная.

Объем дисциплины в зачетных единицах

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 8 ч. контактной работы обучающихся с преподавателем и 64 ч. самостоятельной работы обучающихся (трудоемкость 72 ч.).

Основные разделы

1. Научный стиль как функциональный стиль речи.
2. Жанровое разнообразие научного стиля.

Планируемые результаты обучения.

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

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

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Особенности реализации дисциплины

Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Guerrilla marketing (Партизанский маркетинг)»

Цели дисциплины: изучение специфики организации и проведения мероприятий в сфере партизанский маркетинга. Целью в области воспитания является формирование социальной ответственности у бакалавров за разработку и организацию PR и рекламных коммуникаций в сфере партизанского маркетинга, развитие качеств, позволяющих сформировать социально-безопасное содержание PR и рекламного сообщения в процессе проведения специальных мероприятий.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть партизанский маркетинг как сферу практической деятельности;
- изучить инструменты и технологии реализации партизанского маркетинга;
- овладеть методами и способами социально-психологических исследований эффективности стратегии партизанского маркетинга;
- получить практический опыт разработки и реализации мероприятий партизанского маркетинга.

Форма получения образования. Дисциплина рассчитана на студентов, получающих образование в заочной форме.

Объем дисциплины в зачетных единицах

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачётных единиц (108 ч.), 26 часов контактной работы обучающихся с преподавателем, 82 час. самостоятельной работы обучающихся.

Основные разделы:

1.	Исторические аспекты развития Guerrilla marketing за рубежом и в России.
2.	Законодательные и нормативно правовые аспекты Guerrilla marketing.
3.	Понятие «Guerrilla marketing».
4.	Особенности применения Guerrilla marketing в различных сферах жизнедеятельности общества.
5.	Технология создания Guerrilla marketing.

Планируемые результаты обучения

Освоение дисциплины направлено на формирование следующей профессиональной компетенции:

ПК-7 – способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

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

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Особенности реализации дисциплины. Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Интернет-продвижение»

Цель изучения дисциплины: обучение студентов средствам продвижения товаров и услуг в сети Интернет, а также способам и критериям оценки эффективности различных инструментов интернет-продвижения.

Задачи изучения дисциплины:

- 1) ознакомление студентов с тенденциями в области интернет-продвижения;
- 2) изучение роли интернет-продвижения в профессиональной деятельности магистра по рекламе и PR;
- 3) анализ информационных ресурсов профессионального характера;
- 4) создание и продвижение профессиональных информационных ресурсов с помощью компьютерных технологий.

Форма получения образования. Дисциплина рассчитана на студентов, получающих образование в заочной форме.

Объем дисциплины в зачетных единицах

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачётных единиц (144 ч.), 20 часов контактной работы обучающихся с преподавателем, 124 час. самостоятельной работы обучающихся.

Основные разделы:

1. Интернет-ресурсы в профессиональной деятельности
2. Продвижение продукта или услуги: определение, виды, функции
3. Интернет-реклама: определение, виды
4. Социальные сети: определение, виды, перспективы развития
5. Продвижение товаров и услуг в социальных сетях
6. Реклама в социальных сетях как инструмент продвижения: виды, особенности
7. Оценка эффективности интернет-продвижения
8. Контент в интернет-продвижении
9. Оптимизация веб-сайта для продвижения
10. Юзабилити веб-сайта
11. Веб-сервисы автоматизации интернет-продвижения
12. Создание и продвижение сообщества в социальной сети
13. Интеграция веб-сайта с социальными сетями

Планируемые результаты обучения

Освоение дисциплины направлено на формирование следующей профессиональной компетенции:

ПК-7 – способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Особенности реализации дисциплины. Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Основы государственного и муниципального управления»

Целью изучения дисциплины «Основы государственного и муниципального управления» является формирование у студентов системы современных базовых знаний по государственному и муниципальному управлению.

Задачи дисциплины:

- представить основные теоретические подходы в области государственного и муниципального управления;
- ознакомить с основными законодательными актами в изучаемой области;
- показать достижения в области теории и практики государственного и муниципального управления;
- определить возможности использования зарубежного опыта государственного и муниципального управления в российских условиях;
- проанализировать современные проблемы муниципального управления и определить пути их решения.

Форма получения обучения

Дисциплина рассчитана на студентов, получающих образование в заочной форме.

Объем дисциплины в зачетных единицах

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 ч.), 16 часов контактной работы с преподавателем, 92 часов самостоятельной работы.

Основные разделы:

1.	Государственное управление как система и объект современных научных исследований
2.	Система государственного управления в различных странах мира
3.	Организация и функционирование системы государственного управления в РФ
4.	Становление и развитие местного самоуправления в зарубежных странах и России
5.	Муниципальная служба: основные понятия, порядок и условия прохождения

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Освоение дисциплины направлено на формирование следующей компетенция:
ПК-5 - способность реализовывать проекты и владеть методами их реализации

Форма промежуточной аттестации - зачет.

Особенности реализации дисциплины. Образовательная деятельность по дисциплине «Копирайтинг» осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Копирайтинг»

Цель изучения дисциплины: формирование знаний об основных направлениях копирайтинга как сферы рекламной деятельности, навыки по вербальному обеспечению маркетинговых коммуникаций, необходимые для эффективной практической рекламной деятельности.

Задачи дисциплины:

1. Дать представление о сущности копирайтинга, его месте и роли в системе рекламного бизнеса.
2. Определить основные категории, понятия, термины, которыми оперируют профессиональные копирайтеры.
3. Познакомить с основными формами и типами рекламных текстов, законами их составления.
4. Сформировать представление о классификации стилей рекламных текстов и различных подходах, используемых при их создании.
5. Познакомить с мировым и отечественным опытом работы в области копирайтинга, с перспективными тенденциями развития этой части рекламного дела.
6. Научить анализировать рекламные тексты, появляющиеся в местных средствах массовой информации.
7. Сформировать навыки критического анализа рекламных компаний, проходящих в регионе и научить особо выделять в них работу копирайтеров, ее сильные и слабые стороны.
8. Сформировать базовые практические навыки разработки вербальной части рекламных коммуникаций.

Форма получения обучения

Дисциплина рассчитана на студентов, получающих образование в заочной форме.

Объем дисциплины в зачетных единицах

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 ч.), 8 часов контактной работы с преподавателем, 64 часов самостоятельной работы.

Основные разделы:

Предмет копирайтинга Особенности рекламных текстов Элементы психологического воздействия рекламных текстов Языковые особенности рекламного стиля и принципы создания рекламных текстов Разновидности макетов (форматов) печатной рекламы Специфика рекламного текста для различных СМИ

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Освоение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций:

ОПК-3 – обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга.

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

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

Форма промежуточной аттестации - зачет.

Особенности реализации дисциплины. Образовательная деятельность по дисциплине «Копирайтинг» осуществляется на государственном языке Российской Федерации.