



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

**Аннотации дисциплин образовательной программы высшего образования
по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
направленность (профиль) «Конструирование инновационного медиапродукта»**

Название дисциплины «Философия»

Цель дисциплины «Философия»: формирование способности понимать и анализировать мировоззренческие, социально и личностно значимые философские проблемы.

Задачи дисциплины: овладение базовыми представлениями о ключевых проблемах и основных исторических типах европейской философии; освоение навыков самостоятельного анализа соответствующих первоисточников; исследование различных социальных явлений с точки зрения их философского смысла.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: общенаучные и специальные методы проведения современного научного исследования; содержание современных дискуссий по различным философским проблемам; особенности восприятия социальных и культурных различий, специфику и природу толерантности.

Уметь: анализировать классические и современные философские тексты, понимать и интерпретировать научную информацию; систематически излагать и отстаивать мировоззренческие, социально и личностно значимые положения; применять знания специфики межкультурного разнообразия общества в процессе профессионального и личностного общения.

Владеть: навыками применения необходимых методов научного исследования при решении профессиональных задач; навыками аргументации собственных суждений и выводов с опорой на философский понятийный аппарат; коммуникативными навыками в условиях межкультурного разнообразия социума.

Название дисциплины «История России»

Цель дисциплины «История России» – формирование у обучающихся исторического сознания, что является основой понимания сущности динамики развития Российской государственности и происходящих ныне процессов и событий

Задачи дисциплины: проанализировать исторический опыт строительства российской государственности на всех его этапах; оценить вклад России в развитие мировой цивилизации, ее роль в разрешении крупных международных конфликтов, влияние в мировой политике в целом; изучить героические страницы борьбы России за свободу и независимость, за обеспечение общенациональных интересов и безопасности рассмотреть исторический опыт национальной и конфессиональной политики Российского государства на всех этапах его существования (включая периоды Российской империи и Советского Союза) по достижению межнационального мира и согласия, взаимного влияния и взаимопроникновения культур.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: закономерности, основные события и особенности истории полиэтничного и поликонфессионального Российского государства, общие культурно-ценностные

ориентиры и историко-культурное наследие России; закономерности, основные этапы истории развития российской государственности, роль России в многообразном, быстро меняющемся глобальном мире.

Уметь: осуществлять поиск, самостоятельно работать и критически анализировать источники и научную литературу по истории России; логически мыслить; вести научные дискуссии; соотносить общие исторические процессы и отдельные факты; выявлять существенные черты исторических процессов, явлений и событий; анализировать социокультурные различия социальных групп, опираясь на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории.

Владеть: навыками конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их социокультурных особенностей; аргументированного обсуждения и решения проблем мировоззренческого, общественного и личностного характера; демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию России; комплексом знаний о социокультурных и конфессиональных различиях социальных групп, опираясь на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории.

Название дисциплины «Всеобщая история»

Цель дисциплины «Всеобщая история»: сформировать у студентов целостное научное представление о ходе и многомерном характере всемирно-исторического процесса, особенностях истории локальных цивилизаций и содержании общих стадий цивилизационного развития; показать необходимость комплексного анализа любых явлений общественно-политической и культурной жизни с учётом принципа историзма; способствовать развитию навыков понимания особенностей мировоззрения и культурно-поведенческих норм, характерных для людей, принадлежащих к различным культурам и цивилизациям.

Задачи дисциплины: показать масштаб проблемного поля исторической науки, включающего не только традиционную военно-политическую событийную историю, но и историю ментальностей, повседневности, религий, гендерную историю, микроисторию и т.д.; рассмотреть основные этапы истории локальных цивилизаций и содержание основных стадий всемирно-исторического развития от древности до новейшего времени; представить многообразие путей развития общества в истории Древнего мира, Средних веков, Нового и Новейшего времени; изучить мировоззренческие и ценностные представления людей в различные периоды истории; сформировать навыки комплексного анализа исторических явлений и процессов.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные этапы истории локальных цивилизаций и содержание основных стадий всемирно-исторического развития от древности до новейшего времени, основные достижения мировой культуры, особенности подходов к исследованию истории ментальностей, повседневности, микроистории, религий и гендерной истории; закономерности, основные этапы развития мировой истории в многообразном, быстро меняющемся глобальном мире; исторические и социокультурные факторы формирования межкультурного разнообразия и социальных особенностей представителей различных обществ.

Уметь: сопоставлять особенности различных культур и цивилизаций, выделять общее и особенное в развитии общества на разных исторических этапах и стадиях цивилизационного развития, анализировать актуальные проблемы современной цивилизации; анализировать социокультурные различия социальных групп, опираясь на знание этапов мирового исторического развития; применять исторические знания для выявления и сохранения исторических и культурных памятников мира.

Владеть: навыками проведения комплексного анализа исторических явлений и процессов, навыками анализа различных мнений с учётом уважения к другим культурным

традициям; комплексом знаний об мировой истории в целом, представлениями об общем и особенном в мировом историческом процессе; комплексом знаний о социокультурных и конфессиональных различиях социальных групп, опираясь на знание этапов мирового исторического развития.

Название дисциплины «Иностранный язык»

Цель дисциплины «Иностранный язык»: профессиональная подготовка студентов средствами иностранного языка, формирование у них необходимой коммуникативной языковой компетенции, а также высокого уровня социальной и профессиональной адаптации, что предполагает формирование всесторонне развитой личности, способной отвечать на вызовы современного общества и использовать знания, умения и навыки, полученные в ходе обучения. Наряду с практической целью – профессиональной подготовкой, курс иностранного языка ставит образовательные и воспитательные задачи.

Задачи дисциплины: интеллектуальное, культурное, нравственное и профессиональное развитие и самосовершенствование обучаемых: развить умение письменного (чтение, письмо) и устного (говорение, аудирование) иноязычного общения; уметь собирать, обрабатывать и интерпретировать с использованием современных информационных технологий данные на иностранном языке, необходимые для формирования суждений по соответствующим профессиональным, социальным, научным и этическим проблемам; овладеть базовыми навыками публичной речи и аргументации для ведения дискуссии; овладеть базовыми навыками анализа текстов профессионального и социально значимого содержания; научиться аннотировать и реферировать научную литературу; научиться строить свое речевое и неречевое поведение в соответствии с социокультурной спецификой страны изучаемого языка; овладеть базовыми навыками письменного и устного перевода текстов профессиональной направленности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные нормы иностранного языка в области устной и письменной речи;
- основные различия лингвистических систем русского и иностранного языка;
- основные особенности слушания, чтения, говорения и письма как видов речевой деятельности;
- основные модели речевого поведения;
- основы речевых жанров, актуальных для учебно-научного общения;
- сущность речевого воздействия, его виды, формы и средства;
- базовым набором лексики терминологической направленности;
- базовые грамматические конструкции и формы, присущие подязыку направления подготовки / специальности;
- свободные и устойчивые словосочетания, фразеологические единицы, характерные для сферы профессиональной коммуникации;
- основные средства создания вербальных и невербальных иноязычных текстов в различных ситуациях личного и профессионально значимого общения;
- историю, культуру и традиции страны изучаемого языка;
- концептуальную и языковую картину мира носителя иноязычной культуры;
- методику работы с/над текстами социальной и профессиональной направленности в целях адекватной интерпретации прочитанного материала;
- методику работы с информационными потоками для обеспечения деятельности аналитических центров, общественных и государственных организаций;
- современные нормы русского и иностранного языка;

– лингвистические особенности текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков.

Уметь:

- реализовывать различные виды речевой деятельности в учебно-научном общении на иностранном языке;
- осуществлять эффективную межличностную коммуникацию в устной и письменной формах на иностранном языке;
- соотносить языковые средства с конкретными социальными ситуациями, условиями и целями, а также с нормами профессионального речевого поведения, которых придерживаются носители языка;
- работать с/над текстами профессиональной направленности в целях адекватной интерпретации прочитанного материала;
- понимать монологическую/ диалогическую речь, в которой использованы лексико-грамматические конструкции, характерные для коммуникативных ситуаций профессионального общения;
- использовать навыки работы с информацией из различных источников на иностранном языке для решения общекультурных и профессионально значимых задач;
- понимать и правильно интерпретировать историко-культурные явления стран изучаемого языка, разбираться в общественно-политических институтах этих стран;
- выполнять письменные и устные переводы материалов профессионально значимой направленности с иностранного языка на русский и с русского на иностранный язык;
- создавать и редактировать тексты основных жанров деловой речи;
- редактировать тексты профессионального и социально значимого содержания на родном и иностранном языках;
- решать стандартные коммуникативные задачи с использованием информационно-коммуникационных сетей;
- собирать в информационно-коммуникационных сетях и интерпретировать информацию социального и профессионального характера;
- адекватно и критически оценивать материал различных информационно-коммуникативных ресурсов;
- дифференцировать официально-деловую и терминологическую лексику;
- разрабатывать востребованные индустрией коммуникационные продукты (включая тексты) в соответствии с нормами русского и иностранного языков;
- разрабатывать тексты рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков.

Владеть:

- базовым набором лексико-грамматических конструкций, характерных для коммуникативных ситуаций общекультурного и профессионального общения;
- языковыми средствами для достижения профессиональных целей на иностранном языке;
- различными видами и приемами слушания, чтения, говорения и письма;
- навыками социокультурной и межкультурной коммуникации;
- навыками коммуникации в иноязычной среде, обеспечивающими адекватность социальных и профессиональных контактов на иностранном языке;
- способами решения коммуникативных и речевых задач в конкретной ситуации общения;

- приемами создания устных и письменных текстов различных жанров в процессе учебно-научного общения;
 - навыками реферирования и аннотирования научной литературы;
- информацией об основных особенностях материальной и духовной культуры страны (региона) изучаемого иностранного языка в целях уважительного отношения к духовным ценностям других стран и народов;
- методикой и приемами перевода (реферативного, дословного);
 - приемами реферирования и аннотирования текстов профессиональной направленности;
 - навыками по рецензированию и редактированию социальных, научно-популярных, научных и публицистических работ по направлению подготовки иностранном языке.
 - навыками и методикой поиска страноведческой и профессиональной информации, используя различные информационно-коммуникационные технологии;
 - приемами сбора, обработки и распространения информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии;
 - навыками подготовки коммуникационных продуктов с учетом языковых норм русского и иностранного языков;
 - навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков.

Название дисциплины «Русский язык и культура речи»

Цель дисциплины «Русский язык и культура речи» – повысить общую речевую культуру студентов филологической специальности, развить навыки использования языковых средств при создании текстов с разными коммуникативными характеристиками.

Задачи дисциплины связаны с освоением системы понятий в рамках данной дисциплины и развитием практических навыков анализа текстов и их создания: раскрыть многообразие стилистических возможностей русского языка; рассмотреть нормы современного русского языка; объяснить правила русского речевого этикета и невербальной коммуникации (мимика, жесты, дистанция общения); показать своеобразие современной речевой ситуации; дать общее представление о разных типах текстов и способах их продуцирования; научить находить речевые ошибки, классифицировать их и редактировать; расширить активный словарный запас студентов, познакомить с различными словарями и справочниками, отражающими взаимодействие языка и культуры.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен достичь определённых результатов обучения.

Знать:

- основные понятия и категории культуры речи;
- основные нормы в области устной и письменной речи;
- единицы лингвистической системы и иерархию их отношений;
- правила употребления единиц, относящихся ко всем языковым уровням: фонетическому, лексическому, грамматическому;
- вербальные и невербальные средства взаимодействия;
- средства создания текстов в различных ситуациях личного и профессионально значимого общения;
- речевой этикет;
- различные виды речевой деятельности;
- основные модели речевого поведения;
- основы речевых жанров, актуальных для учебно-научного общения;

- сущность речевого воздействия, его виды, формы и средства;
- типы текстов, их характеристики;
- методику поиска в информационно-коммуникационных сетях информации социальной и профессиональной направленности.
- источники лингвистической информации и методы ее самостоятельного поиска и обработки;
- современные нормы русского языка и культуры речи;
- лингвистические особенности текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов, создаваемых в соответствии с нормами русского языков.

Уметь:

- реализовывать различные виды речевой деятельности в учебно-научном общении;
- формулировать цели и задачи межличностного и межкультурного взаимодействия, а также выбирать эффективные речевые способы решения таких задач;
 - осуществлять эффективную межличностную коммуникацию в устной и письменной формах;
 - анализировать вербальные и невербальные компоненты общения;
- логически и грамматически верно строить высказывание;
- использовать стилистические возможности русского языка;
- продуцировать тексты в устной и письменной форме;
- анализировать и критически оценивать тексты;
- находить языковые ошибки и выбирать способы их устранения;
- определять возможности повышения собственного уровня речевой культуры;
- решать стандартные коммуникативные задачи с использованием информационно-коммуникационных сетей;
- критически оценивать материал различных информационно-коммуникативных ресурсов;
- собирать в информационно-коммуникационных сетях и адекватно интерпретировать информацию социального и профессионального характера;
- разрабатывать востребованные индустрией коммуникационные продукты (включая тексты) в соответствии с нормами русского языка и культуры речи;
- разрабатывать тексты рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского языков.

Владеть:

- навыками эффективного общения с использованием вербальных и невербальных средств;
- навыками социокультурной и межкультурной коммуникации;
- приемами создания устных и письменных текстов различных жанров и разной стилистической направленности;
- приемами отбора языковых средств в соответствии с системой норм русского литературного языка, а также с учетом коммуникативных целей и задач;
- навыками работы со словарями;
- навыками работы с устной и письменной информацией лингвистической и общепрофессиональной направленности;
- навыками коммуникации в различных ситуациях общения, обеспечивающими эффективность социальных и профессиональных контактов;
- приемами создания устных и письменных текстов различных жанров в процессе учебно-научного общения;
- приемами сбора, обработки и распространения информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии;
- навыками реферирования и аннотирования социальной и профессиональной информации;

- навыками создания и редактирования текстов основных жанров деловой речи;
- навыками подготовки коммуникационных продуктов с учетом языковых норм русского языка;
- навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского языка.

Название дисциплины «Безопасность жизнедеятельности»

Цель дисциплины «Безопасность жизнедеятельности»: формирование профессиональной культуры безопасности (ноксологической культуры), характера мышления и ценностных ориентаций, при которых вопросы безопасности рассматриваются как приоритетные, особенно ярко выраженные при чрезвычайных ситуациях, их воздействии на человека и среду обитания, готовности и способности специалиста использовать в профессиональной деятельности приобретенную совокупность знаний, умений и навыков для обеспечения безопасности в сфере профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины: изучить характер чрезвычайных ситуаций и их последствия для жизнедеятельности, овладеть правовыми основами безопасности жизнедеятельности при возникновении чрезвычайных ситуаций, подготовить студентов к осознанным действиям в чрезвычайных ситуациях, научить грамотно применять способы защиты жизни и здоровья в сложившейся критической обстановке, сформировать навыки оказания первой помощи населению при ликвидации последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий, а также при массовых эпидемиях.

В результате освоения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» обучающийся должен:

Знать: теоретические основы обеспечения безопасности жизнедеятельности; негативные воздействия ЧС на человека и среду его обитания; методику выявления потенциально опасных проблем чрезвычайного характера; основы защиты населения; способы и средства защиты населения в ЧС и военных конфликтах; основы первой помощи в ЧС и военных конфликтах; принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.

Уметь: определять характер ЧС и их поражающие факторы; при возникновении ЧС действует в соответствии с имеющимися знаниями, опытом, инструкциями и рекомендациями; ориентироваться и принимать решения в нестандартных ситуациях; создавать безопасные условия для жизни и профессиональной деятельности; оказывать первую помощь при массовых поражениях населения и возможных последствиях аварий, катастроф, стихийных бедствий; учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

Владеть: законодательными и правовыми актами в области безопасности и охраны окружающей среды; понятийно-терминологическим аппаратом в области безопасности; навыками по применению основных методов защиты в условиях ЧС и военных конфликтов; методами и способами оказания первой помощи при ЧС; знаниями по эргономике.

Название дисциплины «Физическая культура и спорт»

Цель дисциплины: формирование всесторонне развитой личности и способности направленного использования разнообразных средств и методов физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической готовности студента к будущей профессии.

Задачи дисциплины:

- изучить основные аспекты научно-биологических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;

- овладеть системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психической подготовленности, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте;

- способствовать укреплению здоровья, улучшению физического и психического состояния, коррекции телосложения. Результатом решения этой задачи должно стать улучшение физического развития студентов.

- понять социальную значимость физической культуры и её роль в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности;

- способствовать приобретению личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей физической подготовленности к будущей профессии и быту;

- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый образ жизни, физическое совершенствование и самовоспитание, привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом;

- создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений.

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать: роль физической культуры в развитии человека и подготовке специалиста; сущность физической культуры в общекультурной и профессиональной подготовке студентов; социально-биологические основы физической культуры и спорта; основы здорового образа жизни студента; особенности использования средств и методов физической культуры для оптимизации работоспособности; общую физическую и специальную подготовку студентов в системе физического воспитания

уметь: индивидуально выбирать вид спорта или систему физических упражнений для своего физического совершенствования; применять на практике профессионально-прикладную физическую подготовку студентов;

владеть: личным опытом использования физкультурно-спортивной деятельности для повышения своих функциональных и двигательных возможностей, для достижения личных жизненных и профессиональных целей; системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, развитие и совершенствование психофизических способностей и качеств (с выполнением установленных нормативов по общей физической и спортивно-технической подготовке); методиками самостоятельных занятий и самоконтроля над состоянием своего организма.

Название дисциплины «Основы российского права»

Цель дисциплины «Основы российского права»: формирование у обучающихся способности, как познавательного-аналитического, так и практического использования в различных сферах деятельности знаний об основных принципах, отраслях и институтах современного российского права.

Задачи: понимать специфику и основные свойства права как социального регулятора в современном обществе; приобретение навыков правового анализа проблем и процессов; приобретение основных знаний о важнейших правовых отраслях и институтах современного российского права; формирование навыков осуществления деятельности с учетом требований норм права; формирование основ правовой культуры и понимания гуманистической ценности права для толерантного восприятия социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий; приобретение знаний о правах и обязанностях человека и гражданина; уметь ориентироваться в системе источников права и находить

нужную правовую информацию; применять оптимальные правовые способы решения задач в различных сферах своей деятельности; формирование нетерпимого отношения к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и навыков противодействия им в профессиональной деятельности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: специфику и основные свойства права как социального регулятора в современном обществе; характеристику и специфику основных отраслей и институтов российского права; права и обязанности человека и гражданина РФ; сущность понятий экстремизма, терроризма, коррупционного поведения; основные источники права, содержащее нормы о противодействии экстремизму, терроризму и коррупционному поведению; основные юридические процедуры реализации правовых норм, в том числе о противодействии экстремизму, терроризму и коррупционному поведению;

Уметь: ориентироваться в системе источников права и находить нужную правовую информацию; осуществлять свою профессиональную деятельность с учетом требований правовых норм; выявлять признаки экстремизма, терроризма, коррупционного поведения; толковать содержание норм о противодействии экстремизму, терроризму и коррупционному поведению; определять необходимые в конкретных случаях юридические процедуры реализации правовых норм, в том числе о противодействии экстремизму, терроризму и коррупционному поведению;

Владеть: навыками правового анализа проблем и процессов для определения круга задач и оптимальных способов их решения; основами правовой культуры и понимания гуманистической ценности права для толерантного восприятия социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий; навыками применения оптимальных правовых способов решения задач в различных сферах своей деятельности; навыками определения взаимосвязей экстремизма, терроризма, коррупционного поведения с социальными, экономическими, политическими и иными условиями; находить соответствующие конкретным ситуациям правовые нормы о противодействии экстремизму, терроризму и коррупционному поведению; навыками соблюдения правовых норм о противодействии экстремизму, терроризму и коррупционному поведению.

Название дисциплины «Менеджмент»

Цель дисциплины – формирование у студентов необходимого объёма компетенций, требуемых для реализации организаторских и управленческих способностей, позволяющих ускорить их профессиональную адаптацию к деятельности в современных организациях и эффективного взаимодействия с коллективом в рамках актуального правового поля с соблюдением норм профессиональной и общечеловеческой этики, и с учетом последних достижений и передового опыта в области менеджмента.

Задачи курса: ознакомить студентов с истоками формирования управленческих идей и взглядов и их дальнейшей эволюцией в разные исторические периоды в различных странах, а также связью современного состояния управленческой мысли с прошлым; рассмотреть основные аспекты современного менеджмента и дать представление об интегрированном подходе в вопросах концептуальной теории управления и менеджмента, и практики менеджмента в организациях различных форм собственности; ознакомить с внедрением новых принципов и методов эффективного менеджмента и координации деятельности коллективов людей в современных организациях; ознакомить с внедрением новых принципов и методов управления коллективами людей во имя достижения высоких социально-экономических результатов; рассмотреть научно-практические подходы и образцы современного управления, доминирующие в той или иной социально-культурной среде, исходя из принципов цивилизованных рыночных отношений.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определять свою роль в команде; особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности; возможности применения своих ресурсов и их пределов (личностных, ситуативных, временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы; понимать важность планирования перспективных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.

Уметь: предвидеть результаты (последствия) личных действий и планировать последовательность шагов для достижения заданного результата; реализовать намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда; использовать предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков.

Владеть: методами эффективного взаимодействия с другими членами команды, в том числе участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды; оценкой эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата.

Название дисциплины «Экономика»

Цель дисциплины – сформировать у студентов представление об экономическом образе мышления, о предмете и методологии экономической теории и её месте в системе наук, познакомить их с общетеоретическими основами хозяйствования, научить ориентироваться в меняющихся экономических условиях.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть основные направления развития экономической мысли, современные экономические теории, эволюцию представлений о предмете экономической теории;
- дать представление о задачах, функциях и методах экономической науки;
- раскрыть сущность и типы общественного воспроизводства, предпосылки компромиссного экономического выбора;
- изложить основы и закономерности функционирования экономических систем;
- познакомить студентов с понятийно-категориальным аппаратом экономической науки и инструментами экономического анализа;
- сформировать у студентов знания о сущности и механизмах функционирования рынка, об основных организационно-правовых формах предпринимательской деятельности и методах оценки результатов деятельности фирмы;
- дать четкое представление об основных макроэкономических показателях, инструментах государственной фискальной и денежно-кредитной политики;
- сформировать целостное представление об основных тенденциях развития экономики России на современном этапе;
- повысить финансовую грамотность обучающегося.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: механизм достижения цели проектов с учетом имеющихся ресурсов и хозяйственных ограничений; совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности; основные экономические категории и понятия; сущность и формы организации хозяйственной деятельности; основные категории, связанные с принятием решений в сфере личных финансов.

Уметь: проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ её решения, исходя из имеющихся ресурсных ограничений; применять экономические подходы при исследовании хозяйственных процессов; учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира; учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности; ориентироваться в системе показателей результатов хозяйственной деятельности на макро- и микроуровнях; выбирать обоснованные решения в сфере личных финансов.

Владеть: экономическими методами управления хозяйственными проектами на всех этапах жизненного цикла; политическими и экономическими, правовыми и этическими нормами; принципами социальной ответственности; методами теоретического исследования экономических явлений и процессов, навыками проведения экономического анализа; современными технологиями в сфере личных финансов.

Название дисциплины «Социология»

Цель дисциплины «Социология» – подготовить специалиста, обладающего знаниями об обществе как о целостной реальности в контексте анализа феноменов общественного сознания, основных практик жизнедеятельности и конкретных условий его функционирования.

Задачи дисциплины:

- помочь студентам изучить основные категории социологического знания и усвоить основные социологические теории;
- получить знания о социальной структуре современного российского общества; развить умение использовать социологические подходы при анализе актуальных социальных проблем;
- освоить навыки организации и проведения социологического исследования.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: структуру конкретного социологического исследования и этапы его проведения; основные источники и литературу по социологии; этапы исторического развития.

Уметь: применять исследовательский аппарат социологии к исследованию проблемных направлений социальной жизни общества, в том числе для принятия в профессиональной области; ориентироваться в проблемном поле российского общества; ориентироваться в проблемном поле социокультурных традиций различных социальных групп.

Владеть: практическими навыками анализа современных социальных явлений и процессов; навыками участия в коллективных проектах.

Название дисциплины «Психология»

Цель дисциплины «Психология» – сформировать научное понимание психики и психологии человека, отличающееся от бытовых, упрощенных и иррациональных описаний.

Задачи дисциплины:

- формирование научного подхода к изучению психики человека, психологии социальных групп;
- ознакомление с основными понятиями современной психологии;
- изучение психологических аспектов обучения, развития личности и учет их в личной и профессиональной деятельности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные категории и понятия научной психологии; направления, подходы, теории в психологии и современные тенденции развития психологических концепций

Уметь: использовать знания об особенностях темперамента, характера, личности человека в процессе профессиональной творческой деятельности для повышения своей квалификации и развития личностных качеств; использовать данные знания как средство профессионального карьерного роста, самообразования и самосовершенствования.

Владеть: навыками создания профессионального образа, т.е. рассмотреть понятие и процесс профессиональной самоидентификации и рефлексивности; навыками организации самообразования, технологиями приобретения, использования и обновления функциональных, когнитивных, личных и этических компетенций

Название дисциплины «Культурология»

Цель дисциплины – сформировать у студентов представление о культуре, ее базовых категориях, многообразии форм и исторических типов, принципах ее теоретического осмысления.

Задачи дисциплины:

- сформировать у студентов представление о культуре как важнейшем аспекте социальной жизни;
- познакомить студентов с историческими аспектами становления культуры и культурологическим подходом к исторической типологии культуры;
- научить студентов применять основные культурологические теории для анализа различных аспектов жизни людей – социальных, психологических, политических, художественных;
- выявить и обсудить наиболее значимые проблемы культуры современного мира (глобализация, мультикультурализм, универсализация культуры и др.);
- сформировать навыки строить устную и письменную речь при обсуждении проблем культурологии.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные подходы к определению понятия «культура»; базовые принципы построения различных концепций культуры; актуальные проблемы межкультурных отношений; основные типологические модели культуры и схемы периодизации культурно-исторического процесса, основные линии взаимодействия различных направлений российского и мирового культурного процесса, российской и мировой гуманитарной рефлексии; современные достижения отечественной и мировой культуры, современные художественные и медийные практики.

Уметь: понимать логику культурных явлений, их обусловленность социальным и историческим контекстом; учитывать культурные аспекты социальной, политической, экономической, психологической, художественной сфер жизни людей; анализировать современные проблемы культуры; определять основные характеристики типов и периодов культуры в контексте той или иной культурно-типологической или культурно-исторической логики; анализировать специфику художественных и медийных практик различных эпох и их связь с доминировавшими в эти эпохи средствами и формами коммуникации.

Владеть: понятийным аппаратом дисциплины; навыками анализа различных концепций культуры и применения этих концепций к пониманию культурных феноменов; различными техниками анализа текстов культуры, позволяющими дифференцировать и интерпретировать культурные явления; профессиональными навыками ведения дискуссии о современной культуре и культурно-историческом процессе,

аргументированного отстаивания свою теоретическую позицию; практиками анализа современной цифровой культуры.

Название дисциплины «Политология»

Цель дисциплины – сформировать у студентов представление о возможностях и способах научного познания политического, сущности политического и содержании политической науки как одно из необходимых условий анализа событий и явлений в системе международных отношений, важнейших международных организаций и объединений, проблем и тенденций развития мировой политики, вопросов международной и национальной безопасности, внешней политики Российской Федерации и других государств.

Задачи дисциплины:

- изучение истории формирования и границ предмета политической науки;
- изучение истории, теории и методологии политической науки как самостоятельной научной дисциплины;
- рассмотрение особенностей организации и функционирования формальных и неформальных политических институтов;
- исследование проблем политической модернизации и трансформации политических режимов;
- анализ феноменов политической элиты и политического лидерства;
- анализ тенденций современного политического развития России;
- изучение внеинституциональных оснований политического – особенностей и структуры политической культуры, политической социализации и политических идеологий;
- рассмотрение структуры современных международных отношений и основных тенденций развития мировой политики.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные положения стратегии сотрудничества, основы командной деятельности; этические нормы взаимодействия в команде; современное состояние российской и зарубежной политической науки, основные парадигмы и направления теоретического анализа политики; основные нормативно-правовые документы, регламентирующие профессиональную деятельность.

Уметь: работать в команде и определять роль каждого участника в команде; взаимодействовать с коллегами при работе в коллективе; представлять результаты командной деятельности; различать теоретические и прикладные компоненты политологического знания, оценивать возможности его использования в будущей профессиональной деятельности; анализировать основные этапы развития политической науки и политических процессов.

Владеть: культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; основными положениями и методами политической науки при решении социальных и профессиональных задач; способностью анализировать политические проблемы и процессы; способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях; основными подходами и методами теоретического анализа в интерпретации представлений о мире политики; навыками подготовки и представления представляет сообщения перед целевой аудиторией по широкому кругу общественно-политических сюжетов, в том числе с использованием мультимедийных средств при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.

Название дисциплины «Математика»

Цель дисциплины – подготовка обучающихся к использованию в своей практической деятельности возможностей вычислительной техники, современных математических методов; умению выбирать наиболее подходящий математический инструментарий; умению не только принимать решения, но и обосновывать их правильность и оптимальность.

Задачи дисциплины:

- изучение основ математического аппарата;
- выработка навыков решения типовых математических задач;
- развитие логическое и алгоритмическое мышление, умение строго излагать свои мысли;
- выработка навыков математического исследования теоретических и практических задач управления и теории систем;
- сформировать умение выбирать математический инструментарий для построения моделей экономических процессов, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основы математических методов в объеме, необходимом для решения задач управления; запросы и потребности общества и отдельных аудиторных групп.

Уметь: решать типовые математические задачи, а также применять полученные знания к исследованию прикладных задач в сфере рекламы; отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

Владеть: навыками применения современного математического инструментария для решения задач рекламы и современных коммуникаций в рекламе; методикой построения, анализа и применения математических моделей для оценки состояния и прогноза развития современных коммуникаций в рекламе; основами математического моделирования.

Название дисциплины «Основы теории коммуникации»

Цель дисциплины «Основы теории коммуникации» – освоение понятийного аппарата и основных положений базисных теорий коммуникации и коммуникационного поведения; формирование теоретико-методологического базиса для изучения последующих социально-коммуникационных и профессиональных дисциплин; формирование у студентов понимания информационно-коммуникативной природы социальных взаимодействий на межличностном и организационном уровне.

Задачи дисциплины:

- формирование знаний о научном содержании и практической актуализации социальной коммуникации, сути предмета теории коммуникации, его функций и средств, обуславливающих его выделение в самостоятельную научно-практическую коммуникативную систему;
- знание целей, задач и методов профессиональной деятельности специалиста в области социальных коммуникаций;
- представление об истоках, истории и специфике развития теории коммуникации;
- понимание зависимости коммуникационного процесса от изменений, происходящих в социально-экономической, политической жизни общества и научно-технических преобразований в мире;
- освоение новых форм коммуникационного пространства, отвечающих потребностям информационного общества;
- овладение социально-коммуникативными методами анализа коммуникативного пространства;

- знание основных направлений прикладных исследований в современной теории коммуникации.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; особенности влияния социальной и культурной среды на формирование личности и мировоззрение человека; влияние культуры, традиции, конфессии на особенности взаимодействия различных социальных групп, этические нормы общения с коллегами и партнерами; жанровое разнообразие текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов с использованием различных знаковых систем; специфику коммуникации в профессионально ориентированных сферах: особенности организационной, политической, публичной, рекламной и межкультурной коммуникации; особенности коммуникации общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и коммуникационных продуктов.

Уметь: выстраивать межкультурные коммуникации; строить межличностные отношения и работать в группе, *организовывать внутригрупповое взаимодействие с учетом социально-культурных особенностей*, этнических и конфессиональных различий отдельных членов группы; осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов с использованием различных знаковых систем; применять полученные знания о современных тенденциях развития общественных и государственных институтов в различных коммуникативных ситуациях; использовать коммуникационные ресурсы общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и коммуникационных продуктов.

Владеть: способностью рассматривать процесс в контексте межкультурного разнообразия; навыком толерантного восприятия культурного и этнического многообразия, навыком командной работы в социально-неоднородных группах, правилами межкультурной коммуникации в профессиональной сфере; навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов с использованием различных знаковых систем; навыками использования основных положений и методов коммуникатологии в создаваемых коммуникационных продуктах для решения социальных и профессиональных задач; навыками создания креативных и актуальных медиатекстов и медиапродуктов о текущей профессиональной деятельности государственных учреждений, общественных и политических организаций, в которых студент проходит данный вид практики.

Название дисциплины «Теория коммуникации»

Цель дисциплины – сформировать у студентов способность использовать научные знания в области теории коммуникации для осмысления вопросов профессиональной деятельности, определения предпосылок решения прикладных практических задач.

Задачи дисциплины:

- сформировать способность актуализировать, ситуативно систематизировать и корректно излагать в устной и письменной форме знания об изучении и реализации социальных коммуникаций;
- сформировать способность решать стандартные задачи интеллектуальной деятельности, включая навыки самообразования, при изучении теории коммуникации на основе информационной и библиографической культуры с применением современных информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
- отработать навыки эффективной научной коммуникации, включая возможность к самоорганизации и адаптации к предлагаемым организационным нормам

взаимодействия как в рамках учебного процесса, так и при работе с партнерами и участниками научно-образовательной кооперации.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: особенности основных видов коммуникации, возможности из изучения и практического использования при создании коммуникационных продуктов; специфику коммуникации в профессионально ориентированных сферах: особенности организационной, политической, публичной, рекламной и межкультурной коммуникации; особенности основных стратегий коммуникации, возможности из изучения и практического использования стратегии сотрудничества; специфику коммуникации в профессионально ориентированных сферах: особенности организационной, политической, публичной, рекламной и межкультурной коммуникации.

Уметь: составлять основные виды аналитических документов; применять полученные знания о современных тенденциях развития общественных и государственных институтов в различных коммуникативных ситуациях; составлять основные виды аналитических документов; использовать стратегии сотрудничества; применять полученные знания о современных тенденциях развития общественных и государственных институтов в различных коммуникативных ситуациях.

Владеть: навыками письменной коммуникации в аннотировании, реферировании и прикладной аналитике теоретических текстов; навыками использования основных положений и методов коммуникатологии в создаваемых коммуникационных продуктах для решения социальных и профессиональных задач; навыками взаимодействия с членами команды; участвует в обмене информацией, знаниями и опытом; содействует презентации результатов работы команды; соблюдает этические нормы взаимодействия; навыками использования основных положений и методов коммуникатологии в создаваемых коммуникационных продуктах для решения социальных и профессиональных задач.

Название дисциплины «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях»

Цель дисциплины – формирование у студентов основ информационной культуры, подготовка к эффективному использованию современных информационных технологий в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- охарактеризовать применение современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;
- дать представление о современных российских и зарубежных базах данных;
- сформировать представление о систематизированной информации для использования в профессиональной деятельности;
- обучить процессам и методам поиска, сбора, хранения, обработки, распространения информации с учётом особенностей федерального законодательства.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: роль и значения информации и информационных технологий в современном информационном пространстве; основные технические и программные средства информационных технологий в профессиональной деятельности; современные российские и зарубежные базы данных; особенности сбора, хранения и анализа данных.

Уметь: применять полученные знания в практической деятельности; работать с информацией в глобальных компьютерных сетях, базами данных и корпоративных информационных системах; использовать в своей деятельности нормативные правовые документы по информационной безопасности.

Владеть: культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации; процессы и методы поиска, сбора, хранения, обработки и

распространения информации; методами и программными средствами обработки деловой информации при определенном уровне информационной безопасности.

Название дисциплины «Русское и мировое искусство в коммуникациях»

Цель дисциплины «Русское и мировое искусство в коммуникациях» – формирование общепрофессиональной компетенции знания истории искусства как целостной и динамично развивающейся системы и умение применить эти знания в конкретной исследовательской практике.

Задачи дисциплины:

- формирование системы историко-культурных представлений о жизни людей в разные времена и в разных странах как объекте социальной коммуникации, как материале для кросс-культурного общения в рамках рекламной деятельности;
- формирование навыков анализа эмпирического культурного материала в формате основных групп компетенций бакалавра.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основы философских, религиозных, искусствоведческих знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности; достижения отечественной и мировой культуры.

Уметь: решать задачи профессиональной деятельности на основе полученных знаниях о культуре российских регионов; демонстрировать кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса для создания медиапродуктов; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры для создания медиапродуктов.

Владеть: способностью к разработке информационного обеспечения в социокультурных проектах в тематике деятельности организаций и учреждений культуры и массовых коммуникаций; навыком демонстрации кругозора в сфере отечественного и мирового культурного процесса для создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов; умением процесса создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

Название дисциплины «Теория и практика маркетинга»

Цель дисциплины – сформировать у обучающихся систему знаний о маркетинговой деятельности и роли маркетинга в современной рыночной экономике.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть основные направления формирования концепций маркетинга, в том числе концепции детских товаров;
- дать представление о целях и функциях маркетинга как теории и практики управления;
- раскрыть содержание среды маркетинга и влияния факторов данной среды на принятие решений в сфере маркетинга;
- изложить основы организации маркетинга в организации;
- познакомить обучающихся с понятийно-категориальным аппаратом маркетинга и инструментами комплексного изучения рынка;
- сформировать у студентов знания о механизме определения перспективного рынка путем применения инструментов сегментирования рынка, выбора целевого рынка и позиционирования продукта;
- дать четкое представление о маркетинговой информационной системе, процессе маркетинговых исследований, особенностях исследования среды маркетинга, рынка, конкурентов, потребителей;

- сформировать целостное представление об основных тенденциях изучения покупательского поведения потребителей;
- дать четкое представление о формировании продуктовой политике организации и принятии решений о товарной марке, факторах, определяющих эффективность ценовой политики организации, о механизме формирования сбытовой политики, комплексе маркетинговых коммуникаций;
- раскрыть содержание основных стратегий маркетинга и стратегических планов организации и инструментов международного маркетинга.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: методы рыночных исследований и анализа; методы проведения маркетинговых исследований различных категорий потребителей и маркетингового анализа рынка; основные направления маркетинговой деятельности; модели и инструменты стимулирования спроса и продвижения товаров оптовым и розничным покупателям; методологию разработки активировать потребительский спрос; маркетинговых разделов бизнес-плана.

Уметь: анализировать, синтезировать и критически резюмировать большие объемы информации о маркетинговой среде; стимулировать участников системы сбыта товаров; проводить анализ маркетинговой деятельности; выявлять потенциальные возможности и угрозы внешней среды для организации.

Владеть: навыками осуществления маркетинговой деятельности на предприятии; навыками подготовки маркетинговых разделов бизнес-плана; навыками мониторинга удовлетворенности потребителей товаров; навыками реализации мероприятий по стимулированию сбыта; технологиями продвижения товаров.

Название дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ»

Цель дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» – формирование у студентов знаний в области маркетинговых исследований и ситуационного анализа (с точки зрения организации и оптимизации процедур их проведения и результативности), выработка практических навыков системного управления процессами, научить студентов пользоваться минимально необходимым практическим инструментарием, чтобы, работая в компании и получив задачу организации и проведения маркетинговых исследований и ситуационного анализа, слушатель смог бы самостоятельно провести данную работу с минимальными финансовыми затратами, в максимально короткий срок, качественно и эффективно.

Задачи дисциплины:

- ознакомление студентов с основными понятиями в области маркетинговых исследований и ситуационного анализа, их видами;
- формирование навыков использования методологии и методов маркетинговых исследований;
- обучение специфике применения различных видов маркетинговых исследований;
- формирование навыков применения методов обработки информации, полученной в ходе проведения маркетинговых исследований;
- ознакомление с методологией ситуационного анализа;
- подготовка специалистов, способных, на основе полученных знаний, творчески и оперативно принимать обоснованные решения по вопросам маркетинговых исследований с учетом стратегии развития организации (предприятия).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основы эффективной коммуникации в рекламе и связях с общественностью; методы кабинетных исследований, достоинства и недостатки различных источников маркетинговой информации; разновидности, а также возможности и ограничения различных методов исследований в профессиональной деятельности по связям с

общественностью; основные методы рекламных исследований; запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности; современные тенденции в развитии необходимого для проведения актуального исследования в связях с общественностью технического оборудования и программного обеспечения.

Уметь: использовать методы измерения и оценки эффективности в сфере коммуникаций; использовать интернет-сервисы по поиску информации о рыночной конъюнктуре; определять необходимый исследовательский инструментарий для решения профессиональных задач в текущих практиках связей с общественностью; тестировать эффективность коммуникационных продуктов в рамках количественных и качественных исследований; пользоваться инструментами поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов; осуществлять отбор необходимого для проведения актуального исследования в связях с общественностью технического оборудования и программного обеспечения.

Владеть: технологиями организации и реализации исследовательского проекта в коммуникационной сфере; методологией выявления достоверности первичной и вторичной маркетинговой информации; алгоритмом выбора нужных методов исследований в профессиональной деятельности по связям с общественностью, исходя из стоящих профессиональных задач; технологиями организации и реализации исследовательского проекта в коммуникационной сфере; основными инструментами поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов; навыками применения современного технического оборудования и программного обеспечения при проведении актуального исследования в связях с общественностью.

Название дисциплины «Исследования в связях с общественностью»

Цель дисциплины – сформировать у бакалавров устойчивые представления об роли исследований в сфере связей с общественностью в планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий и выработки умений по организации и проведении подобных исследований в будущей своей профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- изучить возможности и ограничения методов исследований в сфере связей с общественностью;
- сформировать у студентов готовность организовать и проводить исследования в сфере связей с общественностью;
- отработать навыки составления программы исследования, формулирования вопросника, обработки полученных данных, написания исследовательского отчета.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: разновидности, а также возможности и ограничения различных методов исследований в профессиональной деятельности по связям с общественностью; ресурсы, условия, средства, временную перспективу развития деятельности и планируемых результатов; запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности; запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности; современные тенденции в развитии необходимого для проведения актуального исследования в связях с общественностью технического оборудования и программного обеспечения.

Уметь: определять необходимый исследовательский инструментарий для решения профессиональных задач в текущих практиках связей с общественностью; выбирать

средства эффективного использования ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов; соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; пользоваться инструментами поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов; осуществлять отбор необходимого для проведения актуального исследования в связях с общественностью технического оборудования и программного обеспечения.

Владеть: алгоритмом выбора нужных методов исследований в профессиональной деятельности по связям с общественностью, исходя из стоящих профессиональных задач; способностью изменять в соответствии с условиями конкретной ситуации средства эффективного использования ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов; методами исследования запросов и потребностей общества и отдельных аудиторных групп; основными инструментами поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов; навыками применения современного технического оборудования и программного обеспечения при проведении актуального исследования в связях с общественностью.

Название дисциплины «Психология в рекламе и связях с общественностью»

Цель дисциплины: сформировать у обучающихся представления о системе психологических феноменов, эффектов, искажений, стереотипов, которые сопровождают восприятие и обработку рекламной и PR информации на разных уровнях психических процессов, в целях эффективного применения полученных знаний и навыков на практике.

Задачи дисциплины:

- выработка представлений об основных психологических закономерностях функционирования массового и индивидуального сознания и поведения; формирование представлений о возможностях воздействия на сознание и поведение людей средствами массовой коммуникации в рамках коммуникационных кампаний;
- введение в историю и круг современных проблем массовой коммуникации, связанных с будущей профессиональной деятельностью в сфере рекламы и связей с общественностью;
- развитие способности к пониманию и использованию основных психологических закономерностей и механизмов функционирования средств массовой коммуникации в рекламе и связях с общественностью;
- развитие способности к творческому использованию основных теоретических положений и практического опыта деятельности средств массовой коммуникации в рекламе и связях с общественностью;
- овладение навыками современного психологического исследования процесса массовой коммуникации в рекламе и связях с общественностью, его основных элементов и механизмов функционирования;
- формирование способности самостоятельно ставить цели, связанные с использованием массовой коммуникации в рекламе и связях с общественностью, выбирать технологии и психологические механизмы, необходимые для реализации этих целей; приобретение студентами навыков работы в команде.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; определяет

роль каждого участника в команде; этические нормы взаимодействия; межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; предметное поле и историю психологии в рекламе и связях с общественностью; основы методологии психологических исследований современных коммуникативных процессов; возможности и ограничения использования общих и специальных методов для анализа психологии массовой коммуникации.

Уметь: осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде; эффективно взаимодействовать с членами команды; участвовать в обмене информацией, знаниями и опытом; проявляет в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира; проводить социологические и прикладные социально-психологические исследования потребностей общества и отдельных аудиторных групп (опросы общественного мнения, анкетирование, интервьюирование, психологические тесты и др.).

Владеть: стратегиями сотрудничества; презентацией результатов работы команды; соблюдает этические нормы взаимодействия; знаниями о этапах исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира; готовностью к проявлению себя в качестве эксперта и специалиста в сфере психологии управления потребностями общества и целевых аудиторий.

Название дисциплины «Социология в рекламе и связях с общественностью»

Цель дисциплины «Социология в рекламе и связях с общественностью» является формирование у студентов базовых общепрофессиональных знаний и умений совершать социологическую интерпретацию институции рекламы как способа объективизации способа жизни человека в современном обществе, ознакомить студентов с теоретико-методологическим инструментарием который применяется в современных исследованиях рекламы и в рамках социологического познания, создание у студента целостного понимания теоретических основ, сущности и специфики разработки, организации и внедрение PR-кампаний, а также оценивание их эффективности.

Задачи дисциплины:

- изучение студентами особенностей социологического подхода к анализу рекламы как социального института общества;
- овладение методологических и методических основ связей с общественностью и организации PR-кампаний;
- раскрытие особенностей функционирования рекламы в трансформационных условиях современного социума;
- научить применять в практической социологической деятельности социологические методы оценивания эффективности рекламных и PR-кампаний, а также методы исследования общественного мнения;
- сформировать навыки анализа механизмов формирования и трансляции системы ценностей и социально одобренных стилей потребления путем рекламной коммуникации и связей с общественностью.

Знать: стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; определяет роль каждого участника в команде; этические нормы взаимодействия; межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; предметное поле и историю психологии в рекламе и связях с общественностью; основы методологии психологических исследований современных коммуникативных процессов; возможности и ограничения использования общих и специальных методов для анализа психологии массовой коммуникации.

Уметь: осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в

команде; эффективно взаимодействовать с членами команды; участвовать в обмене информацией, знаниями и опытом; проявляет в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира; проводить социологические и прикладные социально-психологические исследования потребностей общества и отдельных аудиторных групп (опросы общественного мнения, анкетирование, интервьюирование, психологические тесты и др.).

Владеть: стратегиями сотрудничества; презентацией результатов работы команды; соблюдает этические нормы взаимодействия; знаниями о этапах исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира; готовностью к проявлению себя в качестве эксперта и специалиста в сфере психологии управления потребностями общества и целевых аудиторий.

Название дисциплины «Визуальные коммуникации»

Цель дисциплины – познакомить с основными подходами к анализу визуальных знаков, показать сложность чтения визуальных сообщений и образов, и представить методологические возможности интерпретации визуальных образов как коммуникативных практик.

Задачи дисциплины:

- показать специфику визуальных коммуникаций и особый язык изображений;
- анализировать систему понятий, используемых при работе с визуальным материалом;
- изучение не только общетеоретических работ, но и текстов, посвященные анализу конкретного визуального материала и позволяющие продемонстрировать особенности применения теоретических
- формирование представления о визуальных коммуникациях как о процессе коммуникации (передачи информации) посредством визуального языка (изображений, знаков, образов, типографики, инфографики), с одной стороны, и визуального восприятия (органов зрения, психологии восприятия) – с другой;
- формирование основы понимания визуальной журналистики;
- развитие навыков профессионального представления результатов собственных научных изысканий в области современной теории коммуникации.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные способы интерпретации визуального материала; современные концепции, наиболее известные школы, направления, имена в визуальных исследованиях XX-XXI вв.; теории, концепты, методы, которые вырабатываются в русле современных визуальных исследований, связанных с методологическими и теоретическими новациями; тезаурус курса: методологические и содержательные понятия; глоссарий каждого автора, терминологическую специфику каждого автора; принципы, подходы, стратегии и методы визуального анализа.

Уметь: видеть различия между разными методологиями, сильные и слабые стороны с точки зрения применимости к дискурсу в области рекламы и связей с общественностью; выделять ключевые понятия в прочитанных текстах, специфику исследовательского аппарата разных авторов; представлять результаты своей работы в виде анализа рекламного сообщения с точки зрения выбранной методологии; разрабатывать стратегии анализа рекламы с точки зрения визуальных исследований; применять навыки использования визуального материала в междисциплинарных исследованиях.

Владеть: навыками описания и анализа визуальных образов; специальной терминологией каждого направления; принципами и методами анализа теорий и

методологий; навыками критического анализа и синтеза научной информации; навыками использования визуального материала в междисциплинарных исследованиях.

Название дисциплины «Русская и зарубежная литература в коммуникациях»

Цель дисциплины: создать устойчивое представление о взаимосвязях мировой и отечественной литературы в контексте массовых коммуникаций информационного общества.

Задачи:

- дать целостное представление о ходе развития мирового литературного процесса;
- показать взаимосвязь и преемственность различных литературных эпох;
- раскрыть специфику изучаемых этапов мирового литературного развития в контексте культуры, о высших достижениях мировой литературы, имеющих непреходящее значение, сообщить определённую сумму фактов, существенных для понимания литературного процесса и формирования эстетического наслаждения от знакомства с литературными памятниками;
- ознакомить учащихся с вершинными произведениями мировой и отечественной литературы,
- привить навыки чтения и анализа литературных текстов, основанного на понимании образной природы искусства слова, опирающегося на принципы единства художественной формы и содержания, связи искусства с жизнью, историзма.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: художественные традиции в мировой литературе; ключевые культурно-исторические явления, нашедшие отражение в мировой литературе; хронологические границы, периодизацию и типологические особенности культурно-исторических эпох; динамику мирового литературного процесса на синхроническом и диахроническом уровнях; национальную специфику каждой из изучаемых в курсе национальных литератур и их взаимосвязи с литературами других народов; основные магистральные сюжеты и образы мировой литературы.

Уметь: анализировать взаимопроникновение сюжетов и образов мировой литературы, интеграцию литературных процессов и культур, использовать средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

Владеть: навыками интерпретации художественного произведения как феномена национально-духовной культуры народа; навыками работы с художественным текстом, исследовательской литературой, учебными пособиями.

Название дисциплины «Теория и практика связей с общественностью»

Цель дисциплины – освоение студентами основного понятийного аппарата связей с общественностью, ознакомление с основными подходами к PR-деятельности, усвоение основных технологий, методов и инструментов деятельности по связям с общественностью в современной онлайн и офлайн-среде.

Задачи дисциплины:

- дать системное представление о связях с общественностью как виде профессиональной деятельности в коммерческой, политической, социальной сфере и взаимодействии с органами государственной власти;
- сформировать понимание принципов профессиональной этики;
- дать представление об этических кодексах, профессиональных организациях и объединениях, профессиональных конкурсах, профессиональных стандартах;
- ознакомить с основными зарубежными и отечественными теоретическими концепциями связей с общественностью;

- дать полное и системное представление о понятийном аппарате теории связей с общественностью;
- сформировать представление о принципах взаимодействия связей с общественностью со средствами массовой информации,
- дать представление о типах современной коммуникационной продукции связей с общественностью в онлайн и офлайн средах;
- обучить базовым алгоритмам деятельности по связям с общественностью, аналитическим и технологическим процедурам, используемым в деятельности по связям с общественностью;
- продемонстрировать деятельность по связям с общественностью на примере анализа классических и современных кейсов.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: круг профессиональных задач и оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм; отличительные особенности текстов по связям с общественностью; запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности; основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/групп общественности; - основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

Уметь: анализировать имеющиеся ресурсы и ограничения, а также оценивать и выбирать оптимальные способы решения поставленных задач; осуществляет подготовку PR-текстов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем; отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности; использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/групп общественности, - создавать тексты рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационные продукты, учитывая основные характеристики целевой аудитории.

Владеть: навыками анализа имеющихся ресурсов и ограничений, а также оценки и выбора оптимальных способов решения поставленных задач; навыками создания PR-текстов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем; навыками ответов на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности; - навыками использования основные инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности; - навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов, учитывая основные характеристики целевой аудитории.

Название дисциплины «Теория и практика рекламы»

Цель дисциплины – обучение разработке рекламного коммуникационного продукта и его технологического обеспечения; изучение студентами теоретико-концептуальных и практических вопросов разработки рекламной продукции, планирования и проведения рекламных кампаний, оценки их эффективности и формировании стройной системы взглядов на современную рекламно-информационную деятельность, перспективы ее развития.

Задачи дисциплины:

- дать представление об основах рекламной коммуникации и рекламной деятельности;
- продемонстрировать виды и формы рекламы, объяснить функции рекламы в обществе,
- дать представление о принципах взаимодействия рекламы и других маркетинговых коммуникаций;
- обучить основным принципам разработки рекламного медиапродукта;
- дать представление об основах копирайтинга и медиапланирования;

- обучить средствам и способам анализа эффективности рекламного воздействия;
- продемонстрировать и охарактеризовать мировой и отечественный опыт рекламной деятельности;
- ознакомить с основными рекламными фестивалями и конкурсами профессионального мастерства;
- дать представление о профессиональных сообществах рекламистов и их деятельности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: информационно-коммуникационные технологии необходимые для решения стандартных коммуникативных задач для достижения профессиональных целей; базовой терминологией, относящейся к рекламной деятельности; навыками создания текстов и документов, используемых в сфере рекламы, рекламно-информационных материалов; основы теории рекламы, историю рекламной деятельности (в т.ч. текстовой деятельности), развитие жанрового разнообразия рекламных текстов, категории, связанные с процессом создания рекламных текстов, виды рекламных текстов, содержание деятельности менеджера по рекламе, правила продуцирования рекламных текстов; основные понятия явления, функции, законы, теории, прикладные особенности рекламы и рекламной деятельности.

Уметь: использовать информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач для достижения профессиональных целей на государственном и иностранном (-ых) языках; применять передовой отечественный и зарубежный опыт ведения рекламного дела, планировать, организовывать и осуществлять деятельность по созданию рекламного продукта, планировать и проводить рекламные кампании; применять методики создания текстов рекламы, анализировать тексты рекламы; устранять в них ошибки и недочеты; применять полученные знания по теории и практике рекламы в целях получения оптимально-эффективного рекламного продукта.

Владеть: навыками применения информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач для достижения профессиональных целей на государственном и иностранном (-ых) языках; стандартными методиками поиска, анализа и обработки материала для создания текстов в области рекламы; навыками написания рекламных текстов различных жанров в соответствии с целевой установкой; стандартными методиками поиска, анализа и обработки материала для создания текстов в области рекламы; навыками написания рекламных текстов различных жанров в соответствии с целевой установкой; способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности.

Название дисциплины «Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью»

Цель дисциплины – подготовить специалиста, имеющего профессиональные знания о правовом регулировании в сфере рекламы и связей с общественностью для последующей их реализации в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины:

- изучить основы правового регулирования в сфере рекламы и связей с общественностью; источники правового регулирования;
- знать требования законодательства к рекламе отдельных видов товаров, способов ее распространения;
- сформировать знания в области надзора в сфере рекламы;
- изучить способы защиты прав потребителей рекламы;
- уметь применять полученные знания в профессиональной деятельности;
- владеть навыками анализа юридических документов.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: законодательство Российской Федерации в сфере рекламы, связей с общественностью; локальное регулирование и саморегулирование в коммуникационных компаниях; вопросы юридической ответственности в сфере рекламы и коммуникаций; средства распространения рекламы; средства и приемы в сфере связей с общественностью, соответствующие требованиям законодательства РФ; понятие социальной рекламы, законодательные требования в сфере социальной рекламы; особенности рекламы отдельных видов товаров; совокупность правовых норм, регулирующих правоотношения в сфере рекламы и связей с общественностью;

Уметь: анализировать и применять в профессиональной деятельности законодательство в сфере рекламы и связей с общественностью; анализировать судебную практику и практику ФАС и ее территориальных органов; отграничивать виды социальной ответственности (моральной, политической) от юридической; соотносить средства и приемы профессиональной деятельности с требованиями законодательства, с учетом социальных последствий; определять правовые нормы, подлежащие применению при решении конкретной задачи;

Владеть: навыками анализа юридических документов; умениями определять социальные последствия профессиональной деятельности; юридической терминологией; навыками работы с законодательством, подзаконными актами, юридическими документами; навыками анализа и толкования правовых документов.

Название дисциплины «Этическое регулирование рекламы и связей с общественностью»

Цель дисциплины – развить способность специалистов по рекламе и связям с общественностью к самостоятельной профессионально-нравственной ориентации в рамках осуществляемых деловых контактов.

Задачи дисциплины:

- сформировать у будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью систему знаний о природе профессиональной морали, характере профессионально-нравственных отношений в сфере информационной деятельности, их роли в профессиональной деятельности;
- помочь осознать, как действует профессиональная мораль, и понять особенности отражения ее в профессиональной этике;
- ознакомить с основными этапами и тенденциями в развитии профессиональной этики;
- раскрыть содержание основных профессионально-этических представлений, рассматриваемых российским и мировым информационными сообществами, как стандартов профессионального поведения.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: этические нормы взаимодействия с членами команды; основные категории и понятия профессиональной этики, содержание категорий, определяющих профессионально-нравственную позицию специалиста по рекламе и связям с общественностью; содержание профессионально-этических норм, наиболее типичных этических коллизий сферы информационной деятельности, нормативных документов сообществ работников служб по рекламе и связям с общественностью.

Уметь: применять этические нормы взаимодействия с членами команды на практике; определять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; применять на практике профессионально-этические нормы и принципы ведения деловой беседы, деловых

переговоров, публичного выступления, полемики, дискуссии, вербального и невербального общения, моделирования профессионального имиджа.

Владеть: навыками работы в команде с соблюдением этических норм; механизмами учета в профессиональной деятельности тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; приемами ведения деловой беседы, деловых переговоров, публичного выступления, разрешения профессиональных конфликтов, ведения спора, полемики, дискуссии, формирования профессионального имиджа.

Название дисциплины «Цифровые коммуникации»

Цель дисциплины – подготовить выпускника, имеющего глубокие теоретические и практические знания в области инфокоммуникационных технологий и позволяющие ему успешно работать в сфере профессиональных коммуникаций и рекламы.

Задачи дисциплины:

- дать целостное, законченное представление о современных технических средствах и информационно-коммуникационных технологиях;
- ознакомить студентов с техническим оборудованием и программным обеспечением, используемым в профессиональной деятельности;
- научить применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: спектр ресурсов и ограничений, оптимальных способов решения поставленных задач; современное техническое оборудование и программное обеспечение, необходимое для осуществления профессиональной деятельности; современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение; применять цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов;

Уметь: определять спектр ресурсов и ограничений, оптимальных способов решения поставленных задач; применять современное техническое оборудование и программное обеспечение в профессиональной деятельности;

Владеть: навыками анализа спектра ресурсов и ограничений, оптимальных способов решения поставленных задач; аппаратно-программными и техническими средствами для осуществления профессиональной деятельности; современными цифровыми методами и средствами создания текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов.

Название дисциплины «Интегрированные коммуникации»

Цель дисциплины – дать системное представление об интегрированных коммуникациях с различными субъектами с использованием оптимального количества коммуникационных каналов для усиления кумулятивного эффекта.

Задачи дисциплины:

- охарактеризовать принцип интеграции в коммуникативном процессе;
- дать представление об интегрированном комплексе коммуникаций с группами внутренней и внешней общественности;
- сформировать представление об инструментарии для проведения коммуникационных кампаний с учетом региональных и страновых медиасистем;
- сформировать системное понимание особенностей современных интегрированных онлайн и офлайн коммуникации.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: спектр ресурсов и ограничений, оптимальных способов решения поставленных задач; совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; механизмы функционирования конкретной медиакоммуникационной системы; принципы социальной ответственности и этические нормы, принятые профессиональным сообществом, учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

Уметь: определять спектр ресурсов и ограничений, оптимальных способов решения поставленных задач учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью; учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

Владеть: навыками анализа спектра ресурсов и ограничений, оптимальных способов решения поставленных задач; политическими и экономическими, правовыми и этическими нормами; спецификой коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы; способами отбора информации, профессиональными средствами и приемами рекламы и связей с общественностью.

Название дисциплины «Речевые коммуникации в связях с общественностью и рекламе»

Цель дисциплины – формирование у студента системного представления о речевой коммуникации, заложить основы его становления как профессиональной языковой личности, способствовать овладению монологической, диалогической и полилогической речи и обучить основным видам речевой деятельности с учетом этических и психолингвистических аспектов общения.

Задачи дисциплины:

- изучить основные понятия дисциплины, иметь общее представление о роли языка и механизме речи в процессе коммуникации;
- усовершенствовать навыки слушания, говорения, аудирования и письма на родном языке;
- уяснить основные законы использования родного языка и уметь пользоваться ими в речевой коммуникативной ситуации;
- овладеть стратегиями воздействия при построении монологического, диалогического и полилогического высказываний.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать современные тенденции использования и развития лингвистических средств коммуникации для эффективного осуществления профессиональной деятельности; для построения грамотной внутри- и внешнекорпоративной коммуникации; методы использования лингвистических средств для создания и продвижения медиапродукта; влияние невербальных средств взаимодействия на внутри- и внешнекорпоративные отношения во время осуществления профессиональной деятельности; основные технологии создания востребованных в практике рекламы и связей с общественностью медиатекстов и медиапродуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков и с учетом практических, стилистических и иных требований к созданию такого рода коммуникативных продуктов.

Уметь использовать языковые средства русского и иностранного языков для

построения деловой профессиональной коммуникации внутри и вне корпорации; построить грамотную стратегию ведения переговоров во время создания и продвижения медиапродукта; применять языковые средства русского и иностранного языков в вербальном и невербальном вариантах для организации документационного и иного сопровождения процессов создания и продвижения медиапродуктов; осуществлять под контролем руководителя организации подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков и с учетом практических, стилистических и иных требований к созданию такого рода коммуникативных продуктов.

Владеть навыками ведения переговоров на русском и иностранном языках; навыками ведения деловой переписки на русском и иностранном языках; способностью составлять грамматически грамотные тексты в процессе создания и продвижения медиапродукта; способностью к усилению эффективности работы по созданию и продвижению медиапродукта в сфере рекламы и связей с общественностью с применением невербальных языковых средств в контексте культурной традиции региона; первичными навыками создания востребованных обществом и индустрией текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков и с учетом практических, стилистических и иных требований к созданию такого рода коммуникативных продуктов и успешного их применения.

Название дисциплины «Теория и практика медиакоммуникаций»

Цель дисциплины – сформировать понимание основных принципов работы с информацией для массовой аудитории с помощью каналов массовой коммуникации. овладеть целостным представлением об актуальном состоянии системы медиакоммуникаций, основных тенденциях ее развития, теоретических концепциях и методах медиаисследований в целях решения задач рекламы и связей с общественностью.

Задачи дисциплины:

- дать представление о современных теориях массмедиа, о системе СМИ, о подходах к изучению СМИ;
- дать представление о профессии журналиста, правовых и этических аспектах работы в СМИ;
- - дать представление о системе жанров СМИ, об основных характеристиках медиапродукта и массовой аудитории;
- познакомить основами медиаэкономики, медиапроизводства и медиапродвижения.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные теоретико-методологические положения философии, концептуальные подходы к пониманию природы информации как научной и философской категории; мировые тенденции развития медиаотрасли и базовые принципы формирования медиасистем; особенности национальных медиамodelей, в том числе специфику функционирования российских СМИ.

Уметь: применять методологические основы системного подхода; формулировать цели и задачи исследований СМИ; аналитическую работу в рамках специализированных организаций и подразделений предприятий индустрии СМИ.

Владеть: навыками применения методологических основ системного подхода; навыками использования терминологического аппарата и теоретических знаний при исследовании и анализе медиа.

Название дисциплины «Теория и практика переговоров»

Цель дисциплины – формирование у обучающихся знаний и практических навыков делового общения, достижения согласия и преодоления конфликтов, решения поставленных задач и принятия конструктивных решений.

Задачи дисциплины:

- ознакомление студентов с теоретическими основами и требованиями, предъявляемыми к деловым переговорам;
- изучение основ этикета как совокупности правил, принципов и конкретных форм делового общения;
- овладение правилами поведения в различных ситуациях делового общения;
- изучение нормативно-правовых актов и правил, регулирующих протокольную практику;
- освоение технологии проведения деловых бесед, совещаний и переговоров;
- овладение навыками культуры речи, приемами аргументации и убеждения.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: принципы поиска, критического анализа и синтеза информации, применять системный подход для решения поставленных задач; основные модели медиакоммуникационных систем основные тенденции развития медиакоммуникационных систем мира; основные принципы этики профессиональной деятельности; основные принципы этики профессиональной деятельности.

Уметь: аргументировано отстаивать собственную позицию по различным философским проблемам, обосновывать и адекватно оценивает современные явления и процессы в общественной жизни на основе систем; использовать методы современной медиакоммуникаций для успешного построения переговоров; использовать методы предоставления информации другому лицу; систематизировать и выдавать информацию с помощью профессиональных средств.

Владеть: навыками аргументировано отстаивать собственную позицию по различным философским проблемам, обосновывать и адекватно оценивает современные явления и процессы в общественной жизни на основе систем; способностью выстраивать диалог и коммуникацию для решения различных задач; цеховыми принципами социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности; навыками отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом, при подготовке и проведения переговоров.

Название дисциплины «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью»

Цель дисциплины – получение студентами базовых представлений о видах, средствах, формах и методах коммуникаций в рыночной среде, роли связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике, важнейших этапах истории зарождения, становления и развития связей с общественностью как профессии, науки и отрасли бизнеса, принципы построения организационных структур и распределения функций управления, формы участия персонала в управлении; принципы организации работы отделов.

Задачи дисциплины:

- усвоение студентами опыта формирования и организации работы ведущих отечественных и зарубежных рекламных агентств, и отделов рекламы;
- изучение особенностей организационной структуры, задач и функций рекламных агентств и отделов рекламы;

- изучение базовых основ связей с общественностью как науки, профессии и отрасли бизнеса;
- определение места и роли связей с общественностью в современном мире;
- сравнительный анализ роли и функций связей с общественностью в коммерческих структурах, государственных учреждениях и общественно-политических организациях;
- формирование представлений об информационных основах связей с общественностью.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и связям с общественностью или при реализации коммуникационного проекта; тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; организацию внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры; тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; специфику коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы; типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.

Уметь: выполнять функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и связям с общественностью или при реализации коммуникационного проекта; осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы; учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

Владеть: функционалом линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и связям с общественностью или при реализации коммуникационного проекта; организацией внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры; совокупностью политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; коммуникационными процессами и механизмами функционирования конкретной медиакоммуникационной системы; цеховыми принципами социальной ответственности.

Название дисциплины «Организация и проведение коммуникационных кампаний в рекламе»

Цель дисциплины – формирование у обучающихся знаний и практических навыков организации и проведения коммуникационных кампаний в рекламе.

Задачи дисциплины:

- сформировать знания теории функционирования современного рекламного рынка;
- дать представление о рекламной кампании как бизнес-процесса и об основных его этапах;
- сформировать знания о средствах массовых коммуникаций, специфике их функций и воздействии на аудиторию;
- сформировать умение определения и использования информационных каналов при проведении рекламной кампании;
- обучить способам построения, планирования и проведения рекламных кампаний.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знает: типичные цели в рамках выполнения профессиональной деятельности в

сфере рекламы и связей с общественностью; принципы и способы оценки потребности в ресурсах и средствах, необходимых для проведения рекламных кампаний; отличительные особенности медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ, используемых в рекламных кампаниях; эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

Умеет: ставить цели в рамках выполнения профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; рационально оценивать потребности в ресурсах и средствах для решения конкретных профессиональных задач в рекламных кампаниях; учитывать отличительные особенности медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ, используемых в рекламных кампаниях; осуществлять стратегию в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы в рекламных кампаниях.

Владеет: оценкой эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата; методами оценки разнообразных ресурсов (личностных, психофизиологических, ситуативных, временных и т.д.), используемых для решения задач в рамках проведения рекламных кампаний; созданием медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов в рамках проведения рекламных кампаний; навыками продвижения социально значимых ценностей в рекламных кампаниях.

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

Цель дисциплины – сформировать у студентов научное представление о том, в чем заключается сущность организации и проведения коммуникационных кампаний в сфере связей с общественностью, о специфике применения основных средств и методов организации и проведения коммуникационных кампаний в сфере связей с общественностью, а также подготовить студентов к самостоятельной практической деятельности в сфере организации коммуникационных кампаний и мероприятий.

Задачи дисциплины:

- определить роль политического PR и политической рекламы в практиках политических коммуникаций современного общества;
- изучить принципы организации и проведения коммуникационных кампаний в сфере связей с общественностью;
- ознакомить студентов с основными технологиями и методами организации и проведения коммуникационных кампаний в сфере связей с общественностью;
- сформировать практические навыки организации и проведения коммуникационных кампаний в сфере связей с общественностью у студентов;
- проанализировать методы анализа эффективности коммуникационных кампаний в сфере связей с общественностью.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: важность планирования перспективных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда; тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах; тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов; принципы социально ответственной профессиональной деятельности; методы анализа, отбора и представления информации, необходимой для организации и проведения коммуникационных кампаний в связях с общественностью.

Уметь: определять цели собственной деятельности, оценивая пути их достижения с учетом ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов; устанавливать приоритеты собственной деятельности, выстраивая планы их достижения; учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах; учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов; проводить сбор и анализ профессиональной информации в рамках проведения коммуникационных кампаний в сфере и связей с общественностью.

Владеть: тайм-менеджментом; методами оценки разнообразных ресурсов (личностных, психофизиологических, ситуативных, временных и т.д.), используемых для решения задач самоорганизации и саморазвития; созданием медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; методикой определения актуального коммуникативного контента для формирования информационных и рекламных сообщений для ключевых аудиторий, исходя из совокупности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; навыками сбора и анализа профессиональной информации.

Название дисциплины «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью»

Цель дисциплины – формирование у обучающихся знаний, умений и навыков разработки, внедрения и экономического обоснования рекламных и прикладных проектов на базе современных методов и технологий социально-экономического проектирования.

Задачи дисциплины:

- изучить основные понятия в области теории управления проектами;
- сформировать компетенции, навыки и умения по разработке и внедрению проектов на разных уровнях управления;
- овладеть основами знаний по управлению командой проекта
- научить решать практические управленческие задачи в сфере рекламы и маркетинга с использованием проектных методов и технологий.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: принципы управления своим временем, выстраивания и реализации траектории саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни; цели собственной деятельности, определяя пути их достижения с учетом ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов; условия и правила отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью при планировании и реализации проекта; принципы социальной ответственности и этические нормы, принятые профессиональным сообществом в рамках реализации проектов; профессиональные средства и приемы рекламы и связей с общественностью для реализации проектов; особенности проектных решений, методы оценки проектов; условия финансовой реализации проекта и его системной организации; методы детального контроля и сетевого планирования проектов.

Уметь: управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни; формулировать цели собственной деятельности, определяя пути их достижения с учетом ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов; осуществлять отбор профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом; осуществлять отбор,

систематизацию и анализ информации по проекту, в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом; использовать профессиональные средства и приемы рекламы и связей с общественностью в рамках реализации проекта в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом; формировать требования, предъявляемые проектам; определять условия финансовой реализуемости проектов; применять методы экономической оценки рекламных проектов.

Владеть: навыками постановки цели собственной деятельности, оценивая пути их достижения с учетом ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов; путями достижения целей с учетом ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов; методами отбора и анализа информации для проектов в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом; профессиональными средствами и приемами рекламы и связей с общественностью в рамках реализации проектов; навыками по расчету критериев эффективности проекта; методами управления проектами.

Название дисциплины «Основы российской государственности»

Цель дисциплины: сформировать у обучающихся систему знаний, навыков и компетенций, а также ценностей, правил и норм поведения, связанных с осознанием принадлежности к российскому обществу, развитием чувства патриотизма и гражданственности, формированием духовно-нравственного и культурного фундамента развитой и цельной личности, осознающей особенности исторического пути Российского государства, самобытность его политической организации и сопряжение индивидуального достоинства и успеха с общественным прогрессом и политической стабильностью своей Родины.

Задачи дисциплины:

- представить Россию как государство-цивилизацию в её непрерывном развитии, отразить её наиболее значимые особенности, принципы и актуальные ориентиры;
- раскрыть ценностно-поведенческое содержание чувства гражданственности и патриотизма, неотделимого от развитого критического мышления, свободного развития личности и способности независимого суждения об актуальном политико-культурном контексте;
- рассмотреть фундаментальные достижения, изобретения, открытия и свершения, связанные с развитием русской земли и российской цивилизации, представить их в актуальной и значимой перспективе, воспитывающей в гражданине гордость и сопричастность своей культуре и своему народу;
- представить ключевые смыслы, этические и мировоззренческие доктрины, сложившиеся внутри российской цивилизации и отражающие её многонациональный, многоконфессиональный и солидарный (общинный) характер;
- рассмотреть особенности современной политической организации российского общества, каузальную природу и специфику его актуальной трансформации, ценностное обеспечение традиционных институциональных решений и особую поливариантность взаимоотношений Российского государства и общества в федеративном измерении;
- исследовать наиболее вероятные внешние и внутренние вызовы, стоящие перед лицом российской цивилизации и её государственностью в настоящий момент, обозначить ключевые сценарии её перспективного развития;
- обозначить фундаментальные ценностные принципы (константы) российской цивилизации (единство многообразия, сила и ответственность, согласие и сотрудничество, любовь и доверие, созидание и развитие), а также связанные между собой ценностные ориентиры российского цивилизационного развития.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- о цивилизационном характере российской государственности, её основных особенностях, ценностных принципах и ориентирах;
- фундаментальные достижения, изобретения, открытия и свершения, связанные с развитием русской земли и российской цивилизации, представлять их в актуальной и значимой перспективе;
- особенности современной политической организации российского общества, каузальную природу и специфику его актуальной трансформации, ценностное обеспечение традиционных институциональных решений и особую поливариантность взаимоотношений Российского государства и общества в федеративном измерении;
- о наиболее вероятных внешних и внутренних вызовах, стоящих перед лицом российской цивилизации и её государственностью в настоящий момент, ключевых сценариях перспективного развития России;
- о ключевых смыслах, этических и мировоззренческих доктринах, сложившихся внутри российской цивилизации и отражающих её многонациональный, многоконфессиональный и солидарный (общинный) характер;
- фундаментальные ценностные принципы российской цивилизации (такие как единство многообразия, сила и ответственность, согласие и сотрудничество, любовь и доверие, созидание и развитие), а также перспективные ценностные ориентиры российского цивилизационного развития;
- приемы и способы получения актуальной информации о культурных особенностях и традициях различных социальных групп.

Уметь:

- адекватно воспринимать актуальные социальные и культурные различия, уважительно и бережно относиться к историческому наследию и культурным традициям;
- проявлять в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира;
- аргументированно рассматривать проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера, опираясь на системную модель российского мировоззрения и ценностные константы российской цивилизации.
- находить и использовать необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп.

Владеть:

- развитым чувством гражданственности и патриотизма, навыками самостоятельного критического мышления;
- навыками толерантного поведения на основе уважения исторического наследия и социокультурных традиций различных социальных групп, опирающегося на знание исторического пути России в контексте мировой истории и культурных традиций мира;
- навыками осознанного выбора ценностных ориентиров и гражданской позиции;
- навыками аргументированного обсуждения и решения проблем мировоззренческого, общественного и личностного характера;
- эффективными навыками использования информации о культурных особенностях и традициях различных социальных групп в целях саморазвития и взаимодействия с другими людьми

Название дисциплины «История рекламы и связей с общественностью»

Цели дисциплины - получение студентами теоретических систематизированных знаний об истории возникновения, становления и развития рекламы и связей с общественностью о важнейших событиях, процессах становления рекламы и связей с общественностью их взаимосвязи и хронологической преемственности; - дать знания о развитии рекламы и связей с общественностью в России и за рубежом как форм социальной коммуникации на различных исторических этапах.

Задачи дисциплины:

- изучить основные этапы развития рекламы и связей с общественностью;
- рассмотреть исторически складывающиеся ведущие особенности рекламного дела и деятельности по связям с общественностью, их опорных творческих приемов и образцов в различных общественно-исторических условиях;
- раскрыть сущность исторической преемственности, общих и отличительных черт традиционных и новых средств, форм и методов рекламной коммуникации и деятельности по связям с общественностью.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основы становления и развития коммуникативных технологий PR и рекламы; об основных этапах развития рекламы и связей с общественностью в России и за рубежом и подходах к ее изучению, полную и точную информацию об исторических формах, средствах и носителях рекламной и PR-коммуникаций о формах влияния рекламы и связей с общественностью на развитие общества.

Уметь: применять полученные знания по истории рекламы и связей с общественностью в целях получения оптимально-эффективного коммуникативного продукта; определять эпоху создания рекламных и PR-материалов, принципы и приемы их создания, а также видеть возможности использования исторических стилей в решении актуальных задач рекламной и PR-коммуникации.

Владеть: навыками использования исторических стилей (и их отдельных элементов) при создании рекламных и PR-материалов, навыками оптимального их размещения на современных рекламных носителях; навыками использовать исторический опыт коммуникативной деятельности, адаптируя его к современным условиям.

Название дисциплины «Основы теории развития организаций»

Цель дисциплины - на основе знаний основ теории организаций обеспечить способность обучающихся полноценно действовать в качестве линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью.

Задачи дисциплины:

- Сформировать у обучающихся обоснованные теорией и опытом коммуникативной индустрии представления о действиях линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью.
- Сформировать умения осуществления повседневной управленческой деятельности, организационной диагностики, управления изменениями, разработки и внедрения организационных и проектных инноваций.
- Развить навыки целесообразно использовать инструменты тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные концепции и идеи в области теории организаций, модели, характеризующие статику организации и динамику организационных изменений, подходы

к организационным инновациям и инструменты их реализации; основные принципы и средства тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.

Уметь: использовать знания по теории статике и динамики организации на позиции линейного менеджера предприятия коммуникативной индустрии; целесообразно использовать в рамках реализации коммуникационной стратегии основные принципы и средства тактического планирования.

Владеть: средствами взаимодействия в рамках организации и рабочего проекта, владеть инструментами организационной диагностики и метода управления изменениями в организации; приемами применения в рамках реализации коммуникационной стратегии основные принципы и средства тактического планирования

Название дисциплины «Основы теории медиа»

Цель дисциплины - на основе знаний основ теории медиа в контексте актуальных философских и общенаучных идей и концепции, основ методологии системного подхода обеспечить способность обучающихся теоретически обоснованно и технологически целесообразно решать профессиональные задачи

Задачи дисциплины:

- Сформировать представления о возможности обосновывать и ситуативно синтезировать кластеры общих знаний и представлений, важных для использования системного подхода к решению профессиональных задач.
- Сформировать умения поиска, отбора и критического анализа информации общенаучной информации, навыками применения методологических основ системного подхода.
- Развить у обучающихся навыки целесообразно использовать при создании и распространении коммуникационного продукта технологические решения, инструменты медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде, в том числе в форматах командной работы и проектной деятельности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: философские и общенаучные концепции и идеи, актуальные для изучения феноменов медиа и реализации медиа практик и информационной деятельности; основные технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде.

Уметь: обосновывать и ситуативно синтезировать кластеры общих знаний и представлений, важных для использования системного подхода к решению; целесообразно использовать в профессиональные деятельности технологические решения медиарилейшнз и медиапланирования.

Владеть: средствами поиска, отбора и критического анализа информации, навыками применения методологических основ системного подхода; приемами использования инструментов медиарилейшнз и медиапланирования, в том числе в форматах (само)организации командной работы и проектной деятельности.

Название дисциплины «Анализ и прогноз развития коммуникационных индустрий»

Цель дисциплины: формирование у обучающихся навыков анализа и прогноза развития коммуникационных индустрий.

Задачи дисциплины:

- изучить систему коммуникационных индустрий;
- сформировать понимание роли коммуникационных исследований в развитии коммуникационных индустрий;
- закрепить навыки аналитики в собственной профессиональной коммуникационной деятельности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: способы решения поставленных задач, основы создания коммуникационного продукта.

Уметь: оценивать и выбирать оптимальные способы решения поставленных задач, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.

Владеть: навыками анализа имеющихся ресурсов и ограничений при решении поставленных задач, навыками планирования рекламной или PR-кампании.

Название дисциплины «Инновационные медиапрактики»

Цель дисциплины - подготовить студентов к решению инновационных коммуникационных продуктов в онлайн и офлайн среде.

Задачи дисциплины:

- сформировать представления об основных приемах и методах онлайн и офлайн коммуникаций;
- научить применять технологии медиапланирования и медиарилейшенз.
- подготовить к успешной коммуникации с представителями различных целевых групп.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: технологии медиарилейшенз и медиапланирования; информационные потребности, ценностные ориентации, особенности восприятия различных целевых групп

Уметь: осуществлять медиапланирование в онлайн и офлайн среде, применять основные технологии организации специальных мероприятий

Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта; навыками коммуникации с различными целевыми группами

Название дисциплины «Информационная безопасность в профессиональной деятельности»

Цель дисциплины: формирование у обучающихся понимания сущности информационной безопасности и необходимости ее обеспечения в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- раскрыть содержание основных понятий и направлений информационной безопасности;
- способствовать формированию медиакультуры, основанной на критическом восприятии и отношении к медиапродуктам;
- содействовать обеспечению соответствия профессиональной деятельности в сфере рекламы и PR критериям информационной безопасности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основы организации внутренних коммуникаций и мероприятий основы реализации коммуникационного продукта.

Уметь: организовывать внутренние коммуникации и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры использовать при реализации коммуникационного продукта технологии медиарилейшенз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде.

Владеть: навыками формирования корпоративной идентичности и корпоративной культуры технологиями медиарилейшенз и медиапланирования.

Название дисциплины «Медиакомпетентность в современном обществе»

Цель дисциплины - формирование медиакомпетентности студентов, как составляющей их профессиональной компетенции, путем овладения теоретическими знаниями, практическими умениями и личностными качествами, обеспечивающими устойчивость к медиаманипуляциям, выражающуюся в адекватном уровне развития когнитивного, практического, мотивационного и эмоционального критериев медиакомпетентности.

Задачи дисциплины:

- Формирование адекватного параметрам медиакомпетентности уровня теоретической подготовленности студентов к сопротивлению манипулятивному влиянию СМИ.
- Развитие необходимых антиманипулятивных навыков и умений: активности, избирательности в поиске, получении и переработке информации, концентрации внимания, произвольного запоминания медиаинформации, ориентации в медиапотоках; способности критически анализировать, сравнивать, интерпретировать медиатексты, декодировать технологии и техники языковой манипуляции (критическое мышление); способности самостоятельно сравнивать, осмысливать, оценивать, анализировать и интерпретировать медиатекст (критической автономии), относительной скептичности по отношению к СМИ, нестереотипности восприятия.
- Нейтрализация у обучающихся таких мотивов медиапотребления, как развлечение, мода, привычка, и закрепление таких потребностей в обращении к сетевым СМИ, как получение информации, сопоставление с другими источниками информации и т.д.
- Выработка у обучаемых адекватного параметрам медиакомпетентности уровня эмоциональной стабильности по отношению к медиатекстам: способность различать эмоциональную и рациональную реакцию при восприятии новостных текстов; купирование «раскачивания» эмоциональной сферы, сенсификации и десенсификации.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; основы тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; основы организации внутренних коммуникаций.

Уметь: реализовывать функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; разрабатывать тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; разрабатывать мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.

Владеть: методами оценки реализации функционала линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; технологией осуществления тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; методами и формами организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.

Название дисциплины «Правовое регулирование производства контента»

Цель дисциплины: формирование у слушателей комплекса знаний, навыков и компетенций в области социального медиа маркетинга и закрепление профессиональных навыков в области развития современного социального медиа рынка

Задачи учебной дисциплины: овладение современными научными знаниями в области обучения современным технологиям развития социального медиа маркетинга

Знать: юридическое определение видов деятельности, осуществляемых в рамках медиапроекта, основные нормативно-правовые основы регулирования производства контента

Уметь: организовать деятельность по защите информации, анализировать тенденции развития медиа рынка и выработать рекомендации по совершенствованию медиа услуг в рамках правового поля

Владеть: навыками оформления прав на медиа продукт и отдельные части медиа продукта, технологическими навыками использования современных медиа-ресурсов в рамках современного правового поля

Название дисциплины «Бизнес-моделирование современных медиа»

Цель дисциплины – сформировать способность к обоснованию решений по моделированию деятельности медиа как коммерческой организации.

Задачи дисциплины:

- Создать понимание ключевых бизнес-процессов медиа и обучить основам конструирования бизнес-модели медиа.
- Ознакомить с вариантами рекламной бизнес-модели медиа и сформировать навык моделирования инновационного медиа на основе продажи рекламодателю доступа к аудитории.
- Ознакомить с вариантами нерекламной бизнес-модели медиа и сформировать навык моделирования инновационного медиа на основе ограничения доступа рекламодателя к аудитории.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: концепции и инструменты бизнес-моделирования медиа, традиционные и инновационные бизнес-модели медиа.

Уметь: представлять коммерческую деятельность медиа в настоящий момент и перспективы его развития, обосновать решения по повышению доходов и снижению затрат в деятельности медиа.

Владеть: навыками применения инструментов бизнес-моделирования медиа; навыками применения методик решения по повышению доходов и снижению затрат в деятельности медиа.

Название дисциплины «Глобальные медиаинновации и региональные медиакультуры»

Цель дисциплины - овладение студентами основами реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий в мультикультурной среде.

Задачи дисциплины:

- обеспечить понимание, как использовать глобальные медиаинновации и региональные медиакультуры при реализации коммуникационного проекта;
- сформировать готовность студентов осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии в мультикультурной среде;
- создать условия для овладения навыками проведения формативного (предварительного) исследования для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основы тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; методы исследований, их возможности и ограничения.

Уметь: спланировать мероприятие по связям с общественностью в рамках сформулированной коммуникационной стратегии; интерпретировать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.

Владеть: навыками тактического планирования мероприятий по связям с общественностью; навыками проведения формативного (предварительного) исследования.

Название дисциплины «Создание медиапродукта»

Цель дисциплины: обучение принципам и приемам разработки креативной стратегии медиакампании, формирование комплексного представления о специфике разработки и продвижения медиапродукта.

Задачи дисциплины:

- раскрыть содержание основных понятий в области разработки и продвижения медиапродукта;
- ознакомить студентов с основными методиками анализа знаковых систем медиасообщений;
- определить понятие «медиапродукт» и основные этапы процесса его разработки и продвижения;
- познакомить студентов с базовыми моделями организации творческого процесса и методиками поиска идей для креативной концепции медиакампании и выработать навыки их применения на практике;
- дать представление об организации процесса разработки медиапродукта;
- дать представление о критериях оценки эффективности технологий и методов продвижения медиапродукта и сформировать навыки по их практическому применению.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основы тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; основы организации внутренних коммуникаций.

Уметь: разрабатывать тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; разрабатывать мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.

Владеть: технологией осуществления тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; методами и формами организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.

Название дисциплины «Медиаанализ и оценка эффективности»

Цель дисциплины - овладение студентами методами медиааналитического исследования и оценки эффективности коммуникаций.

Задачи дисциплины:

- сформировать готовность студентов к проведению медиаанализа при планировании рекламной или PR-кампании;
- способствовать формированию умения анализировать имеющиеся ресурсы и ограничения, оценивать и выбирать оптимальные способы решения поставленных коммуникационных задач;
- создать условия для овладения навыками оценки жизнеспособности коммуникационного проекта.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: методы исследований, их возможности и ограничения; методы оценки жизнеспособности коммуникационного проекта.

Уметь: интерпретировать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; анализировать имеющиеся ресурсы и ограничения.

Владеть: навыками формулирования практических рекомендаций на основе проведенных исследований; навыками оценки вариантов решения поставленных коммуникационных задач.

Название дисциплины «Управление творческим проектом»

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний об основах управления творчески проектом, процедурах управления проектом на этапах его жизненного цикла с последующим применением полученных знаний и практических навыков в своей профессиональной деятельности.

Задачи учебной дисциплины:

- научить создавать/реализовывать творческие проекты в одном из направлений или направлений креативных индустрий;
- применить полученные знания и навыки при реализации творческих проектов;
- сформировать опыт самостоятельной и коллективной творческой проектной деятельности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать теоретические и методологические основы управления творческими проектами различного вида.

Уметь пользоваться инструментальными средствами управления творческими проектами на различных этапах жизненного цикла проекта, производить качественную и количественную оценку рисков проектов, определять эффективность проекта, разрабатывать бизнес-план проекта.

Владеть навыками создания оригинальных концептуальных, текстовых, визуальных коммуникационных продуктов; навыками работы в команде, составления проектной документации.

Название дисциплины «Теория и практики формирования сообществ»

Цель дисциплины - на основе знаний об основных принципах и подходах к формированию сообществ обеспечить способность обучающихся реализовывать весь комплекс профильных профессиональных мероприятий, в том числе, сценарирование и проведение специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании.

Задачи дисциплины:

- Сформировать у обучающихся обоснованные теорией и опытом коммуникативной индустрии представления о действиях линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по формированию сообществ.
- Сформировать умения для управленческой деятельности в рамках проекта по формированию сообществ.
- Развить навыки целесообразно использовать инструменты тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии по формированию сообществ.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные концепции и идеи в области формирования сообществ, сценарирования профильных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании; основные принципы и средства тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии

Уметь: использовать знания о сценарировании специальных событий и мероприятий

на позиции линейного менеджера по формированию сообществ; целесообразно использовать в рамках реализации коммуникационной стратегии основные принципы и средства тактического планирования

Владеть: средствами взаимодействия в рамках рабочего проекта по формированию сообществ, владеть инструментами сценарирования профильных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании; приемами применения в рамках реализации коммуникационной стратегии основные принципы и средства тактического планирования.

Название дисциплины «Маркетинг медиапродукта»

Цель дисциплины – овладение студентами основами маркетинга медиапродукта в дифференцированной культурной среде.

Задачи дисциплины:

- обеспечить понимание, как учитывать культурное разнообразие в рамках создания и распространения медиапродукта;
- сформировать готовность студентов создавать медиапродукт с учетом культурных особенностей целевой аудитории;
- создать условия для овладения основными инструментами для продвижения медиапродукта в дифференцированной культурной среде.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: типы культур и различные культурно обусловленные модели поведения; основные трудовые функции линейного менеджера по связям с общественностью.

Уметь: анализировать культурные особенности целевой аудитории; выполнять функционал ассистента менеджера по связям с общественностью в рамках проекта по связям с общественностью.

Владеть: навыками создания медиапродукта с учетом культурных особенностей; навыками реализации коммуникационного проекта, кампании, мероприятия.

Название дисциплины «Маркетинг в социальных медиа»

Цель дисциплины: формирование у слушателей комплекса знаний, навыков и компетенций в области социального медиа маркетинга и закрепление профессиональных навыков в области развития современного социального медиа рынка

Задачи дисциплины: овладение современными научными знаниями в области обучения современным технологиям развития социального медиа маркетинга

Знать: основные методы работы в коллективе, ориентироваться в социально-значимых проблемах; знать основные потребности современного человека, эмоции и чувства, современные научные направления в области современных технологий развития социального медиа маркетинга

Уметь: анализировать тенденции развития маркетинга в социальных медиа и вырабатывать рекомендации по совершенствованию социальных медиа услуг, вырабатывать навыки и компетенции в области социального медиа маркетинга

Владеть: технологическими навыками использования современных практик рекламы, WOM, COBRA, маркетинга влияния, вирусного контента и прямых коммуникаций бренда, лучших SMM-механик, ключевых метрик, особенностей SMM в Рунете. профессиональными навыками в области развития современного социального медиа рынка.

Название дисциплины «Управление инновационным медиапроектом»

Цель дисциплины: сформировать навыки проектного управления в медиасфере на всех этапах от проектирования до реализации инновационного медиапроекта в виде

конечного продукта, представленного в формате блок-схемы инновации по конкретной теме.

Задачи дисциплины:

- сформировать навыки обучающегося по проектированию инновационного медиапроекта, с учетом рыночных тенденций и описанных ограничений проекта;
- сформировать проект, как идею, описанную в соответствии с требованиями, применяемыми к инновационным проектам в инвестиционном менеджменте;
- подготовить итоговый документ в виде проектного решения и его презентацией;
- изучить особенности инновационного проектного менеджмента, его методы и технологии.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: тренды и запросы общества и бизнеса в разработке реализации инноваций; этапы привлечения инвесторов; шаблоны управленческой документации проекта и методы их формирования; основные требования к формированию коммерчески привлекательного инновационного медиапроекта.

Уметь: рассчитывать эффективность проекта и его инвестиционную привлекательность; оценивать эффекты реализации проекта, его потенциал для инвесторов; рассчитывать эффективность социальную проекта и его общественную привлекательность; оценивать эффекты реализации проекта для стейкхолдеров проекта, его потенциал для развития команды проекта; обосновывать инновационный медиапроект; делать описание этапов реализации и коммерциализации инновационного медиапроекта; формировать шаблоны управленческой документации проекта;

Владеть: инструментами и методами оценки проектной деятельности во внутренней среде проекта; инструментами и методами оценки проектной деятельности во внешней среде проекта; методами, подходами и инструментами разработки бизнес-модели проекта; маркетинговыми инструментами выбора рыночной ниши; навыками презентации проекта.

Название дисциплины «Основы профессиональной деятельности»

Цель дисциплины - овладение студентами основами реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

Задачи дисциплины:

- обеспечить понимание функционала линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по связям с общественностью и при реализации коммуникационного проекта;
- сформировать готовность студентов осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;
- создать условия для овладения основными инструментами для организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные направления деятельности рекламы и связей с общественностью; основные трудовые функции линейного менеджера по связям с общественностью; основы тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; ключевые принципы организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.

Уметь: аргументировано характеризовать содержание основных направлений теоретического изучения и моделей коммуникации, в том числе с учетом их прикладных аспектов в рекламе и связях с общественностью; выполнять функционал ассистента менеджера по связям с общественностью в рамках проекта по связям с общественностью; спланировать мероприятие по связям с общественностью в рамках сформулированной

коммуникационной стратегии; организовывать коммуникативные потоки внутри организации и внутрикорпоративные мероприятия.

Владеть: понятийным аппаратом в области рекламной и PR- деятельности; методикой сбора информации по профилю профессиональную деятельность в сфере рекламы и PR; навыками реализации коммуникационного проекта, кампании, мероприятия; навыками тактического планирования мероприятий по связям с общественностью; основными инструментами для организации внутренних коммуникаций в современной компании.

Название дисциплины «Введение в коммуникационные специальности»

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

Задачи дисциплины:

- дать наиболее полное представление о профессиях и видах профессиональной деятельности в сфере коммуникаций;
- раскрыть место и роль коммуникаций в современной жизни общества, обосновать значимость профессии;
- сформировать базовые представления об этике профессиональной деятельности в данной отрасли

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные направления деятельности рекламы и связей с общественностью; основные трудовые функции линейного менеджера по связям с общественностью; основы тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; ключевые принципы организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.

Уметь: аргументировано характеризовать содержание основных направлений теоретического изучения и моделей коммуникации, в том числе с учетом их прикладных аспектов в рекламе и связях с общественностью; выполнять функционал ассистента менеджера по связям с общественностью в рамках проекта по связям с общественностью; спланировать мероприятие по связям с общественностью в рамках сформулированной коммуникационной стратегии; организовывать коммуникативные потоки внутри организации и внутрикорпоративные мероприятия.

Владеть: понятийным аппаратом в области рекламной и PR- деятельности; методикой сбора информации по профилю профессиональную деятельность в сфере рекламы и PR; навыками реализации коммуникационного проекта, кампании, мероприятия; навыками тактического планирования мероприятий по связям с общественностью; основными инструментами для организации внутренних коммуникаций в современной компании.

Название дисциплины «Адаптация к профессиональной деятельности»

Цель дисциплины «Адаптация к профессиональной деятельности»: ознакомление студентов с системой социальных, медицинских и психолого-педагогических мероприятий, направленных на оказание помощи молодому человеку в профессиональном образовании с учетом его возможностей, склонностей, интересов, состояния здоровья, а также с учетом образовательной среды университета.

Задачи дисциплины:

- самоанализ образовательных потребностей студентов, возможных трудностей при получении высшего профессионального образования;

– определение содержания и структуры профессионально-важных качеств в выбранной профессиональной сфере; самооценка выделенных студентами профессионально-важных качеств и компетенций; постановка задач на ближайшую и отдаленную перспективу овладения общекультурными и профессиональными компетенциями;

– ознакомление с гражданским, трудовым законодательством, с семейным правом, основными правовыми гарантиями в области социальной защиты, образования и труда инвалидов;

– обучение навыкам составления резюме, умениям использовать ИКТ в самообразовании и подготовке к занятиям;

– развитие навыков саморегуляции.

В результате обучения по дисциплине студент должен:

Знать: классификации профессий, трудности и типичные ошибки при выборе профессии; основополагающие международные документы, относящиеся к правам инвалидов; основы гражданского и семейного законодательства; основы трудового законодательства, особенности регулирования труда инвалидов; основные правовые гарантии инвалидам в области социальной защиты и образования; современное состояние рынка труда, классификацию профессий и предъявляемых профессией требований к психологическим особенностям человека, его здоровью; функции органов труда и занятости населения.

Уметь: использовать свои права адекватно законодательству; обращаться в надлежащие органы за квалифицированной помощью; анализировать и осознанно применять нормы закона с точки зрения конкретных условий их реализации; составлять необходимые заявительные документы; составлять резюме, осуществлять самопрезентацию при трудоустройстве; использовать приобретенные знания и умения в различных жизненных и профессиональных ситуациях;

Владеть: простейшими способами и приемами управления собственными психическими состояниями; способами поиска необходимой информации для эффективной организации учебной и будущей профессиональной деятельности.

Название дисциплины «Адаптивные информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности»

Цель дисциплины «Адаптивные информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности» - повышение общей информационной культуры на основе освоения понятийного аппарата информатики и ИКТ, формирование профессиональных компетенций выпускника, который знает возможности современных компьютеров, и аппаратные, программные средства для людей с ограниченными возможностями и инвалидов, владеет методами сбора, хранения и обработки данных в информационных системах, используемых при подготовке решений в профессиональной деятельности людей с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.

Задачи: формирование знания, навыков и умений работы с современными компьютерными и программными средствами, включая аппаратные и программные средства для лиц с ограниченными возможностями и инвалидов, при решении прикладных задач в профессиональной деятельности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: способы применения информационно-коммуникационных технологий в различных направлениях профессиональной деятельности; назначение и виды информационно-коммуникационных технологий, применяемых для формирования требований к информационной системе предприятия, работающих с лицами с ОВЗ. Инструментарий создания презентаций. Правила создания презентаций; методологию, модели, методы и способы создания информационных систем для лиц с ОВЗ.

Уметь: формулировать и осуществлять постановку задач при разработке презентации программного продукта.

Владеть: базовыми современными ИКТ в различных направлениях профессиональной деятельности; международными и отечественными стандартами в области информационных систем и технологий для разработки и оптимизации информационных систем, поддерживающих работу лицами с ОВЗ. Навыками и средствами разработки презентаций. Навыками эксплуатации специализированного программного обеспечения.

Название дисциплины «Методы творческого мышления и инновационных решений»

Цель дисциплины «Методы творческого мышления и инновационных решений»: сформировать у обучающихся корпус теоретических знаний и практических навыков в области творческого мышления и разработки инновационных медиапродуктов посредством последовательного изучения релевантного корпуса знаний и практик.

Задачи:

- сформировать у обучающихся навыки создания проекта (создание команды, разработка креативной идеи, разработка алгоритма работы, мониторинг процесса, оценка эффективности);
- посредством изучения творческого мышления (его структуры, функции и методологий) сформировать у обучающихся паттерны креативного мышления;
- развить у обучающихся практические навыки создания инновационного медиапродукта.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: концептуальное содержание стратегий и тактик творческого мышления; коммуникативные основы деловой (творческой) коммуникации.

Уметь: применять спектр подходов по креативному управлению медиа проектом; использовать необходимые техники в подготовке и сопровождении проекта.

Владеть: когнитивными, коммуникационными и техническими практиками в области творческого мышления и производства медиапродуктов; переговорными и презентационными практиками.

Название дисциплины «Диагностика и оценка коммуникаций»

Цель дисциплины «Диагностика и оценка коммуникаций»: формирование у обучающихся навыков диагностики и оценки коммуникаций.

Задачи дисциплины:

- изучить основы этики, в том числе профессиональной этики;
- сформировать понимание роли этики коммуникаций и медиа в регулировании коммуникационных индустрий и медиаиндустрии;
- закрепить навыки диагностики и оценки коммуникаций и медиа с этических позиций.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основы создания информационных поводов, основы создания коммуникационного продукта

Уметь: применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

Владеть: навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, навыками планирования рекламной или PR-кампании

Название дисциплины «Основы инфографики и веб-дизайна»

Цель дисциплины «Основы инфографики и веб-дизайна» – сформировать у обучающихся готовность применять информационно-коммуникационные технологии для создания мультимедийного медиапродукта.

Задачи дисциплины:

- Создать понимание принципов визуализации данных и обучить основам инфографики как решениям по презентации данных.
- Освоить процесс создания веб-сайта на основе онлайн-сервисов по конструированию сайтов.
- Освоить процесс создания веб-приложения на основе онлайн-сервисов по конструированию мобильных приложений.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: принципы визуализации данных, форматы инфографики, элементы композиции сайта и функциональные элементы мобильного приложения, онлайн-сервисы конструирования сайтов и приложений.

Уметь: создавать графические объекты, выражающие изменения представляемых данных в виде новости, аналитики и реконструкции, создавать дизайн-макет сайта и мобильного приложения как каналов цифровой коммуникации.

Владеть: навыками работы с форматами инфографики, онлайн-сервисами конструирования инфографики; навыками создания дизайн-макета сайта и мобильного приложения как каналов продвижения в цифровых коммуникациях.

Название дисциплины «Разработка и сопровождение события»

Цель дисциплины «Разработка и сопровождение события»: формирование у обучающихся базовых теоретических и практических знаний, необходимых для осуществления мер, связанных с разработкой и сопровождением специальных событий и мероприятий.

Задачи дисциплины:

- раскрыть теоретические основы и базовые концепции управления событиями;
- изучить все этапы подготовки и реализации ивент-проектов;
- освоить практические навыки при планировании, разработке и проведении специальных событий и мероприятий;
- создание и разработка полноценного ивент-проекта.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен.

Знать: основные этапы планирования, подготовки и проведения специальных событий; содержание и порядок проектирования мероприятий и событий; теоретические и методические основы планирования и продвижения события; основы менеджмента события.

Уметь: разрабатывать концепцию и план специального события и мероприятия; планировать, проводить и оценивать результаты события; находить и использовать актуальную информацию в исследуемой области из различных ресурсов.

Владеть: навыками разработки специального события и мероприятия, правил и гайдлайнов по работе с медиа, социальными сетями и пр.; навыками копирайтинга и медиа-планирования; устойчивыми навыками апробации проектов с учетом выбора оптимальных методик и оборудования для исследований, определения ресурсов для проведения события; навыками обработки, систематизации и анализа полученных результатов; технологией разработки паспорта и сценария события.

Название дисциплины «Разработка и тестирование текстового контента»

Цель дисциплины «Разработка и тестирование текстового контента» – обучение принципам и приемам разработки и тестирования текстового контента, освоение базовых аспектов контент-маркетинга.

Задачи дисциплины:

- познакомить студентов с методами генерации контента, создания эффективной контент-стратегии, инструментами контент-маркетинга и выработать навыки их применения на практике;
- дать представление об организации процесса разработки контента для решения конкретных задач, сформировать умение анализировать целевую аудиторию и навыки создания текстов, отвечающих ее потребностям;
- сформировать способность ориентироваться в жанрах, форматах, технологических платформах передачи медиапродукции и выбирать их сообразно запросам целевой аудитории;
- выработать навыки создания и анализа текстов, оценки эффективности каналов дистрибуции и формирования стратегии дистрибуции контента;
- дать представление о критериях оценки эффективности текстового контента и сформировать навыки по их применению.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: теоретические основы контент-менеджмента (веб-райтинга и копирайтинга), форматы и разновидности контента; особенности креативного подхода к генерации текстового контента; ключевые концепции и инструменты контент-маркетинга; методы и инструменты продвижения контента; способы измерения эффективности контент в структуре интегрированных коммуникаций (ИМС); основные технологии медиарилейшнз; приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций; особенности подготовки презентаций, иметь представление о технологиях контент-менеджмента и контент-маркетинга, продвижения сайта, SEO-оптимизации, Social Media Marketing, аудита сайта и мониторинга социальных сетей.

Уметь: анализировать целевую аудиторию; собирать и анализировать данные об объекте; подбирать инструменты контент-маркетинга для выполнения задач; анализировать проект по маркетинговым и редакционным метрикам; писать продающие тексты, оценивать языковые явления и факты с точки зрения нормативности, соответствия сфере и ситуации общения; разграничивать варианты норм и речевые нарушения; различать стили речи и самостоятельно генерировать стилистически обоснованный текст; работать со словарями и справочниками русского языка, формировать стратегию дистрибуции контента; применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства и методы онлайн и офлайн коммуникаций; собирать материал для презентации, организовать работы по наполнению сайта текстовым контентом, собирать информацию из разных источников, систематизировать и излагать ее, писать, обрабатывать и перерабатывать тексты в различных стилях, создавать уникальный текстовой контент.

Владеть: основными приемами и методами разработки, публикации, продвижения и оценки текстового контента; основными приемами и технологиями работы с текстовым контентом; навыками подготовки презентаций, разработки и создания качественного контента, технологиями контент-менеджмента и контент-маркетинга сайта и социальных сетей, основами SEO-оптимизации, E-mail-маркетинга, технологиями аудита сайта, системами анализа активности пользователей в соцсетях

Название дисциплины «Производство аудиовизуального контента»

Цель дисциплины «Производство аудиовизуального контента» – обучение принципам, методам и приемам производства аудиовизуального контента.

Задачи:

- познакомить студентов с базовыми моделями организации производства аудиовизуального контента и выработать навыки их применения на практике;
- дать представление об организации процесса производства креативной аудиовизуального контента, сформировать представление о «визуальном повороте» как современном социокультурном феномене;
- дать представление о критериях оценки эффективности аудиовизуального контента.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные формы организации творческого процесса; основные каналы коммуникации, используемые в современном мире; особенности креативного подхода к созданию контента; основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде; основные технологии организации цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.

Уметь: анализировать аудиовизуальный контент на современном этапе и выработать рекомендации по совершенствованию данной работы; определять эффективность созданного в рамках медиапроектирования аудиовизуального контента; применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций при разработке и создании аудиовизуального контента; применять в профессиональной деятельности основные технологические методы организации цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.

Владеть: базовыми методами и технологиями создания аудиовизуального контента; основными приемами и технологиями создания аудиовизуального контента; основными приемами и технологиями создания цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.

Название дисциплины «Коммуникационная аналитика»

Цель дисциплины «Коммуникационная аналитика» – обучение принципам оценки и анализа коммуникационных программ и их коммуникационных продуктов.

Задачи дисциплины:

- познакомить студентов с инструментами для аналитической работы;
- дать представление об оценке коммуникационных программ и их коммуникационных продуктов, а также качества интеграции коммуникации;
- познакомить студентов с проведением анализа технологических циклов коммуникаций, а также с опытом конкурентов как текущее и будущее состояние контекста;
- дать представление об определении потенциала для коллабораций и партнерских проектов.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные принципы оценки и анализа коммуникационных программ и их коммуникационных продуктов; основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде в медиапроектировании.

Уметь: анализировать и проводить конкурентный анализ; применять в профессиональной деятельности основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов при разработке и создании медиапроекта.

Владеть: основными приемами в составлении аналитического отчета с выводами о коммуникационных возможностях и угрозах; основными приемами и технологиями создания текстов рекламы и связей с общественностью при разработке медиапроекта.

Название дисциплины «Ресурсное обеспечение медиапроекта»

Цель дисциплины «Ресурсное обеспечение медиапроекта» – освоение студентами современных форм ресурсного обеспечения медиапроектов в различных коммуникативных сферах.

Задачи дисциплины: овладение современными научными представлениями в области формирования ресурсного обеспечения медиапроектов; формирование потребности в расширении своих представлений в области ресурсного обеспечения медиапроектов на современном уровне; формирование общего представления о ресурсах в социально-гуманитарной сфере

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: формы и технологии ресурсного обеспечения медиапроектов; основные виды ресурсов в социально-гуманитарной сфере, которые используются в практике медиапроектирования; особенности планирования, реализации и контроля использования ресурсов при разработке медиапроекта; современные технологии медиарилейшнз и медиапланирования; основные современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта в медиапроектировании.

Уметь: анализировать продукты медиапроектирования на современном этапе и вырабатывать рекомендации по совершенствованию данной работы; определять эффективность ресурсного обеспечения медиапроекта; применять современные технологии медиарилейшнз и медиапланирования в профессиональной деятельности; применять в профессиональной деятельности современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта при разработке и создании медиапроекта.

Владеть: технологиями ресурсного обеспечения медиапроекта; методами и формами медиапланирования в онлайн и офлайн коммуникации; основными приемами, современными техническими средствами и технологиями цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта при разработке медиапроекта.

Название дисциплины «Разработка креативной концепции медиапродукта»

Цель дисциплины «Разработка креативной концепции медиапродукта» – обучение принципам и приемам разработки креативной стратегии рекламной кампании при формировании комплексного медиапродукта.

Задачи дисциплины:

- познакомить студентов с базовыми моделями организации творческого процесса и методиками поиска идей для креативной концепции медиапродукта и выработать навыки их применения на практике;
- дать представление об организации процесса разработки креативной концепции медиапродукта, сформировать представление о креативном брифе и навыках его составления;
- дать представление о критериях оценки эффективности креативных решений и сформировать навыки по их применению.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: базовые модели организации творческого процесса; основные виды креативных концепций в рекламе и в практике медиапроектирования; особенности креативного подхода к медиапроектированию; основные технологии медиарилейшнз; приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.

Уметь: анализировать креативный продукт в медиапроектировании на современном этапе и выработать рекомендации по совершенствованию данной работы; определять эффективность креативной концепции медиапроекта; применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.

Владеть: технологическим креативного обеспечения медиапроекта; основными приемами и технологиями работы с медиапродуктом.

Название дисциплины «Медиапроекты с лидерами мнений»

Цель дисциплины «Медиапроекты с лидерами мнений» - формирование знаний и навыков, необходимых для самостоятельной разработки и реализации специализированных медиапроектов с привлечением лидеров мнений, на всех этапах процесса проектной деятельности.

Задачи дисциплины: изучение теории лидерства в медиaprостранстве, а также практики применения в аспекте реализации проектов с лидерами мнений; формирование профессиональных навыков по медиаконструированию и управлению образом лидера мнений в процессе проектной деятельности; анализ рынка медиа проектов и изучение специфики управления проектами с лидерами мнений.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать: теорию лидерства и механизм разработки медиапроектов с учетом закономерностей развития общества и основ теории коммуникации; основные тренды и требования к формированию пакета документов по реализации проектных идей в сфере рекламы и (или) связей с общественностью, технологии формирования эффективных проектных стратегий.

Уметь: составлять самостоятельно и использовать имеющиеся аналитические, маркетинговые, социологические и иные данные для формирования сценариев разработки и реализации медиапроектов с использованием приема «Лидер мнения»; разрабатывать план внедрения и реализации медиапроектов с лидером мнений, с учетом прогноза эффективности и ожидаемого эффекта.

Владеть: инструментами и методами планирования и реализации коммуникационной стратегии в рамках проектной деятельности; методами, технологиями и инструментами эффективного управления медиапроектами и предупреждения рисков проектного менеджмента в медиасфере.

Название дисциплины «Интермедиальность художественного произведения»

Цель дисциплины: изучение феномена интермедиальности и его различных проявлений, таких, как взаимодействие литературы с другими видами искусства (живопись, музыка, кино, фотография).

Задачи:

- Изучение различных концепций интермедиальности;
- Исследование способов взаимодействия литературы с другими видами искусства на разных уровнях текста;
- Освоение методики интермедиального анализа.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать основные теории интермедиальности и взаимодействия искусств, подходы и функции интермедиальности в современной культуре.

Уметь анализировать произведения искусства с точки зрения взаимодействия искусств, выявлять и анализировать интермедийные явления в произведениях искусства.

Владеть методами интермедийного анализа, навыками анализа современных явлений искусства с точки зрения интермедийности.

Название дисциплины «Медиаэкология и современное информационное пространство»

Цель дисциплины – познакомить студентов с ключевыми подходами взаимодействия с современной медиасредой в условиях цифровизации, а также сформировать компетенции по безопасному применению медиатехнологий.

Задачи дисциплины:

- Изучение подходов к медиаэкологии.
- Формирование навыков эффективного общения и практической работы в медиасреде.
- Развитие медиакомпетентности и формирование навыков критического и системного анализа медиатекста.
- Изучение способов медиавоздействия на общество и общественное мнение.
- Овладение навыками поиска наиболее оптимальных моделей, которые позволяют эффективно использовать медиатехнологии.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: историю и принципы основных мировых философских течений, ключевые составляющие медийной и информационной грамотности; о факторах влияния на информацию: шум, троллинг и их угрозы; о способах противодействия фейкньюз и дезинформации, этические требования, предъявляемые к работе в пространстве медиа.

Уметь: работать со сложным комплексом информационных каналов и ресурсов, во всем их разнообразии и взаимодействии, применять на практике правила фактчекинга, критически оценивать и переосмысливать накопленный опыт, ориентироваться в мировых тенденциях развития медиасреды, критически подходить к восприятию информации, выявлять приемы медиавоздействия и применять технологии проверки достоверности информации (фактчекинга); анализировать область и тему при создании корректного медиапродукта.

Владеть: навыками безопасного поведения в медиапространстве, эффективными технологиями сбора информации, ее проверки и анализа, быть осведомленным в области современных медиатехнологий; методами анализа медиапродуктов; методиками атрибутирования медиатекстов; терминологией в области социологии, философии, этики для грамотного представления медиапродукта.

Название дисциплины «Работа со спонсорами в проектах гуманитарной сферы»

Цель дисциплины – формирование у обучающихся знаний теоретических аспектов спонсорских коммуникаций и формирование у них практических навыков разработки спонсорских пакетов, их активации и построения эффективных отношений со спонсорами.

Задачи:

- анализ современных концепций спонсорства, обобщенный и систематизированный опыт спонсорских коммуникаций компаний разных отраслей и рынков (модель OPOSA и др.);
- использование эффективных методик построения отношений со спонсорами и поиска креативных форм коммуникаций;
- формирование умений и навыков, позволяющих реализовать предложения для спонсоров проектов в гуманитарной сфере.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать сущность, функции и задачи спонсорства проектов в гуманитарной сфере.

Уметь формировать предложения для спонсоров проектов в гуманитарной сфере; находить потенциальных спонсоров, проводить переговоры и заключать соглашения о партнерстве.

Владеть навыками использования инструментов активации спонсорства и оценивать его эффективность.

Название дисциплины «Цифровая культура: мир и человек в новой реальности»

Цель дисциплины: изучить трансформации культурного пространства в эпоху распространения цифровых технологий

Задачи дисциплины:

- обосновать значение цифровых технологий как фактора, радикально меняющего современное культурное пространство;
- определить стратегии исследования культурных практик в цифровых средах;
- дать характеристику культурной коммуникации в пространстве новых медиа;
- сформировать представление о новых взаимоотношениях между телесностью и идентичностью в современной цифровой культуре;
- выявить ключевые теоретические подходы к анализу технологических сред;
- изучить художественные репрезентации цифровой культуры.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: - широкий спектр областей культуры, переживающих интенсивные трансформации под влиянием развития цифровых технологий; - специфику цифровой среды в системе современных мультикультурных взаимодействия

Уметь: самостоятельно анализировать и оценивать широкий спектр феноменов цифровой культуры в современном социокультурном пространстве; - применять современные методы, позволяющие выстраивать профессиональное взаимодействие в мультикультурной среде при решении исследовательских и проектных задач разного уровня.

Владеть: - основными методами анализа явлений и артефактов цифровой культуры; - навыками организации профессионального взаимодействия в междисциплинарных исследованиях и в разработке социокультурных проектов и программ в мультикультурной среде.