**Аннотация дисциплины**

**«Философия»**

Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины: 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.

Знать: общенаучные и специальные методы проведения современного

научного исследования.

Уметь: анализировать классические и современные философские тексты, понимать и интерпретировать научную информацию.

Владеть: навыками применения необходимых методов научного исследования при решении профессиональных задач.

Знать: содержание современных дискуссий по различным философским проблемам.

Уметь: систематически излагать и отстаивать мировоззренческие, социально и личностно значимые положения.

Владеть: навыками аргументации собственных суждений и выводов с опорой на философский понятийный аппарат.

Знать: особенности восприятия социальных и культурных различий, специфику и природу толерантности.

Уметь: применять знания специфики межкультурного разнообразия общества в процессе профессионального и личностного общения.

Владеть: коммуникативными навыками в условиях межкультурного разнообразия социума.

Знать: основные категории и понятия профессиональной этики, содержание категорий, определяющих профессионально-нравственную позицию специалиста по рекламе и связям с общественностью.

Уметь: определять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

Владеть: 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.

**Аннотация дисциплины**

**«История России»**

**Цель дисциплины** – сформировать у студентов целостное и научно-корректное представление о закономерностях и динамике исторического развития России, о важнейших событиях социально-экономической, политической и культурной жизни страны.

**Задачи дисциплины**:

* выявить основные этапы, черты и особенности экономического развития России с древнейших времен до конца ХХ века
* определить особенности социальной структуры общества на различных этапах его развития;
* проследить особенности политической системы России с древнейших времен и до начала XXI вв.;
* проследить тенденции и факты развития культурной жизни России;
* акцентировать внимание обучающихся на дискуссионных проблемах изучения истории России.

Знать: закономерности, основные события и особенности истории России, общие культурно-ценностные ориентиры и историко-культурное наследие России

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.

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

Знать: закономерности, основные этапы истории развития российской государственности, роль России в многообразном, быстро меняющемся глобальном мире.

Уметь: анализировать социокультурные различия социальных групп, опираясь на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории,

Владеть: комплексом знаний об истории России и человечества в целом, представлениями об общем и особенном в мировом историческом процессе.

Знать: проявления межкультурного разнообразия общества в его различных контекстах;

Уметь: использовать полученные исторические знания для формирования гражданской позиции;

Владеть: навыками понимания межкультурного разнообразия общества

Знать: основные типологические модели культурыи схемы периодизации культурно-исторического процесса, основные линии взаимодействия различных направлений российского и мирового культурного процесса, российской и мировой гуманитарной рефлексии.

Уметь: определять основные характеристики типов и периодов культуры в контексте той или иной культурно-типологической или культурно-исторической логики

Владеть:профессиональными навыками ведения дискуссии о современной культуре и культурно-историческом процессе, аргументированного отстаивания свою теоретическую позицию.

**Аннотация дисциплины**

**«Всеобщая история»**

*Цель дисциплины*: 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.

Знать: основные этапы истории локальных цивилизаций и содержание основных стадий всемирно-исторического развития от древности до новейшего времени

Уметь: выделять общее и особенное в развитии общества на разных исторических этапах и стадиях цивилизационного развития

Владеть: навыками проведения комплексного анализа исторических явлений и процессов

Знать: основные достижения мировой культуры

Уметь: толерантно воспринимать социальные, конфессиональные и культурные различия

Владеть: навыками анализа различных мнений с учётом уважения к другим культурным традициям

Знать: особенности подходов к исследованию истории ментальностей, повседневности, микроистории, религий и гендерной истории

Уметь: сопоставлять особенности различных культур и цивилизаций, анализировать актуальные проблемы современной цивилизации

Владеть: методами проведения историко-сравнительного анализа

Знать: основные типологические модели культурыи схемы периодизации культурно-исторического процесса, основные линии взаимодействия различных направлений российского и мирового культурного процесса, российской и мировой гуманитарной рефлексии.

Уметь: определять основные характеристики типов и периодов культуры в контексте той или иной культурно-типологической или культурно-исторической логики

Владеть:профессиональными навыками ведения дискуссии о современной культуре и культурно-историческом процессе, аргументированного отстаивания свою теоретическую позицию.

**Аннотация дисциплины**

**«Иностранный язык»**

***. Цель и задачи дисциплины***

Рабочая программа по дисциплине «Иностранный язык»составлена для всехнаправлений подготовки высшего образования – бакалавриата и для всех специальностей высшего образования – специалитета.

Концепция модернизации российского образования подчеркивает необходимость ориентации образования не только на усвоение студентом определенной суммы знаний, но и на развитие его личности, его познавательных и созидательных способностей. Вся образовательная система призвана формировать целостную систему универсальных знаний, умений и навыков, а также самостоятельной деятельности и личной ответственности обучающихся, т.е. ключевые компетенции, определяющие современное качество образования.

Целью дисциплины «Иностранный язык» в подготовке обучающихся является 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 – дисциплина «Иностранный язык» ставит образовательные и воспитательные задачи. Достижение образовательных целей означает расширение кругозора студентов, повышение уровня их общей культуры и образования, а также культуры мышления, общения и речи. Реализация воспитательного потенциала иностранного языка проявляется в готовности специалистов относиться с уважением к духовным ценностям других стран и народов, содействовать налаживанию межкультурных профессиональных и научных связей, достойно представлять свою страну на международных семинарах, конференциях и симпозиумах.

Дисциплина «Иностранный язык» является многоуровневым и разрабатывается   
в контексте непрерывного образования. Изучение иностранного языка строится на междисциплинарной интегративной основе. Курс носит коммуникативно-ориентированный и профильно-направленный характер. Его задачи определяются познавательными и коммуникативными потребностями обучающихся программ бакалавриата, проходящих подготовку по разным направлениям.

Такая профессиональная подготовка предполагает формирование у студентов способности и готовности к межкультурной коммуникации, необходимой и достаточной   
для использования иностранного языка в бытовой, профессионально-коммуникативной   
и культурно-просветительской деятельности.

Задачи дисциплины:

* развить умение письменного (чтение, письмо) и устного (говорение, аудирование) иноязычного общения;
* овладеть базовыми навыками анализа текстов профессионального и социально значимого содержания;
* уметь собирать, обрабатывать и интерпретировать с использованием современных информационных технологий данные на иностранном языке, необходимые   
  для формирования суждений по соответствующим профессиональным, социальным   
  и этическим проблемам;
* овладеть базовыми навыками аргументации для ведения дискуссии;
* научиться аннотировать и реферировать профильную 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.

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;

– основные средства создания вербальных и невербальных иноязычных текстов в различных ситуациях личного и профессионально значимого общения.

Уметь:

– реализовывать различные виды речевой деятельности в учебно-научном общении на иностранном языке;

– вести диалог на иностранном языке;

– осуществлять эффективную межличностную коммуникацию в устной и письменной формах на иностранном языке;

– 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.

Владеть:

– языковыми средствами для достижения профессиональных целей на иностранном языке;

– различными видами и приемами слушания, чтения, говорения и письма;

– навыками коммуникации в иноязычной среде, обеспечивающими адекватность социальных и профессиональных контактов на иностранном языке;

– приемами создания устных и письменных текстов различных жанров в процессе учебно-научного общения;

– навыками реферирования и аннотирования научной литературы;

– навыками социокультурной и межкультурной коммуникации.

Знать:

– историю, культуру и традиции страны изучаемого языка;

– концептуальную и языковую картину мира носителя иноязычной культуры.

Уметь:

– соотносить языковые средства с конкретными социальными ситуациями, условиями и целями, а также с нормами профессионального речевого поведения, которых придерживаются носители языка;

– организовывать и осуществлять различные социальные и культурные проекты, планы и программы развития, связанные со своей специальностью и реализуемые с участием иностранных партнеров;

– анализировать логику различного вида рассуждений,

– устанавливать профессиональные контакты в целях осуществления профессионально значимого общения на иностранном языке.

Владеть:

– информацией об основных особенностях материальной и духовной культуры страны (региона) изучаемого иностранного языка в целях уважительного отношения к духовным ценностям других стран и народов;

– навыками аргументации, ведения дискуссии и полемики на иностранном языке;

– мастерством публичных выступлений в учебно-научных ситуациях общения;

– способами решения коммуникативных и речевых задач в конкретной ситуации общения.

Знать: принципы применения информационно-коммуникационных технологий при поиске необходимой информаци для решения стандартных коммуникативных задач.

Уметь применять на практике информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач для достижения профессиональных целей на государственном и иностранном (-ых) языках.

Владеть: навыкми применения информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач для достижения профессиональных целей на государственном и иностранном (-ых) языках

Знать:

– способы самостоятельной оценки и основ составления медиатекстов, медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ

Уметь:

– анализировать и совершенствовать собственные знания и навыки идентификации основных медиатекстов

Владеть:

– навыками определения и устранения основных ошибок;

- методами и средствами познания для составления медиатекстов.

Знать:

– 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.

Уметь:

– понимать и правильно интерпретировать историко-культурные явления стран изучаемого языка, разбираться в общественно-политических институтах этих стран;

– использовать навыки работы с информацией из различных источников на иностранном языке для решения профессионально значимых задач;

– редактировать тексты профессионального и социально значимого содержания на родном и иностранном языках;

Владеть:

– методикой и приемами перевода (реферативного, дословного);

– навыками и методикой поиска страноведческой и профессиональной информации, пользуясь различными источниками (в том числе, Internet)

– навыками по рецензированию и редактированию социальных, научно-популярных, научных, и публицистических работ по своей специальности на иностранном языке.

**Аннотация дисциплины**

**«Русский язык и культура речи»**

Цель дисциплины — сформировать активную языковую личность, владеющую навыками нормативного и стилистически целесообразного использования языковых средств, создания текстов в соответствии с заданной моделью; повысить общую культуру речи студентов; развить навыки и умения эффективной речевой коммуникации в типичных ситуациях речевого общения.

Основные задачи курса сформулированы с учетом компетентностной модели образования и специфики предмета:

• раскрыть многообразие стилистических возможностей русского языка в разных функциональных стилях (прежде всего в научной и официально деловой речи);

• дать общее представление о современном состоянии русского языка, о нормах русского языка на уровне произношения, морфологии, синтаксиса, словоупотребления, показать своеобразие современной речевой ситуации;

• расширить активный словарный запас студентов, продемонстрировать богатство русской лексики, фразеологии, познакомить с различными словарями и справочниками, отражающими взаимодействие языка и культуры;

• раскрыть приемы эффективного общения в разных коммуникативных ситуациях;

• развить способность опознавать, анализировать, сопоставлять, классифицировать языковые явления и факты с учетом их различных интерпретаций; в необходимых случаях давать комментарий к языковым явлениям; оценивать языковые явления и факты с точки зрения нормативности, соответствия сфере и ситуации общения; разграничивать варианты норм и речевые нарушения;

• научить применять полученные знания и умения в собственной речевой практике, в том числе в профессионально ориентированной сфере общения; совершенствовать нормативное и целесообразное использование языка в различных сферах и ситуациях общения.

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.

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.

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;

Знать:

– основные модели речевого поведения;

– основы речевых жанров, актуальных для учебно-научного общения;

– сущность речевого воздействия, его виды, формы и средства;

– типы текстов, их характеристики.

Уметь:

– 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.

Владеть:

– 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.

Знать:

– методику поиска в информационно-коммуникационных сетях информации социальной и профессиональной направленности.

– источники лингвистической информации и методы ее самостоятельного поиска и обработки.

Уметь:

– 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.

Владеть:

‒ 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.

Знать: 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 в собственной профессиональной деятельности в данном виде практики.

Уметь: 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: 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.

**Аннотация дисциплины**

**«Безопасность жизнедеятельности»**

**Цель** учебной 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.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с тематикой взаимодействия человека со средой обитания (производственной, бытовой, городской, природной), вопросами предупреждения и защиты от негативных факторов чрезвычайных ситуаций, оказания первой помощи в условиях возникновения этих ситуаций, а также проблемами охраны здоровья населения.

Знать:

1. теоретические основы обеспечения безопасности жизнедеятельности;

2. негативные воздействия ЧС на человека и среду его обитания.

Уметь:

1. определять характер ЧС и их поражающие факторы.

Владеть:

1. законодательными и правовыми актами в области безопасности и охраны окружающей среды;

2. понятийно-терминологическим аппаратом в области безопасности.

Знать:

1. методику выявления потенциально опасных проблем чрезвычайного характера;

2. основы защиты населения;

3. способы и средства защиты населения в ЧС и военных конфликтах.

Уметь:

1. при возникновении ЧС действует в соответствии с имеющимися знаниями, опытом, инструкциями и рекомендациями;

2. ориентироваться и принимать решения в нестандартных ситуациях;

3. создавать безопасные условия для жизни и профессиональной деятельности.

Владеть:

1. навыками по применению основных методов защиты в условиях ЧС и военных конфликтов.

Знать:

1. основы первой помощи в ЧС и военных конфликтах.

Уметь:

1. оказывать первую помощь при массовых поражениях населения и возможных последствиях аварий, катастроф, стихийных бедствий;

Владеть:

1. методами и способами оказания первой помощи при ЧС.

Знать: основные принципы этики профессиональной деятельности

Уметь: использовать методы предоставления информации другому лицу

Владеть: принципами социальной ответственности

**Аннотация дисциплины**

**«Основы российского права»**

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

*Задачи:*

• понимать специфику и основных свойств права как социального регулятора в современном обществе;

• приобретение навыков правового анализа проблем и процессов современного общества;

• приобретение основных знаний о важнейших правовых отраслях и институтах современной российской системы права;

• формирование у обучающихся основ правовой культуры и понимания гуманистической ценности права для толерантного восприятия социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий;

• знание своих прав и обязанностей 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 способности противодействовать проявлениям коррупционного поведения в различных сферах деятельности;

• осуществлять свою профессиональную деятельность с учетом требований норм права.

Знать:

• специфику и основные свойства права как социального регулятора в современном обществе;

• характеристику и специфику основных отраслей и институтов российской системы права;

• знать права и обязанности человека и гражданина РФ;

Уметь:

• ориентироваться в системе источников права и находить нужную правовую информацию;

• осуществлять свою профессиональную деятельность с учетом требований правовых норм;

Владеть:

• навыками правового анализа проблем и процессов современного общества 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;

Знать:

• специфику и основные свойства права как социального регулятора в современном обществе;

Уметь:

• осуществлять свою профессиональную деятельность с учетом требований правовых норм;

Владеть:

• навыками правового анализа проблем и процессов современного общества;

Знать:

• характеристику и специфику основных отраслей и институтов российской системы права;

Уметь:

• противодействовать проявлениям коррупционного поведения в различных сферах деятельности; Владеть:

• навыками применения оптимальных правовых способов решения задач в различных сферах своей деятельности;

Знать:

• характеристику и специфику основных отраслей и институтов российской системы права;

Уметь:

• ориентироваться в системе источников права и находить нужную правовую информацию;

Владеть:

• навыками применения оптимальных правовых способов решения задач в различных сферах своей деятельности;

**Аннотация 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 экономики;
* 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 будущего специалиста.

Знать:

• механизм достижения цели проектов с учетом имеющихся ресурсов и хозяйственных ограничений.

Уметь:

• проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ её решения, исходя из имеющихся ресурсных ограничений;

• применять экономические подходы при исследовании хозяйственных процессов.

Владеть:

• экономическими методами управления хозяйственными проектами на всех этапах жизненного цикла.

Знать:

• основные экономические категории и понятия;

• сущность и формы организации хозяйственной деятельности.

Уметь:

• ориентироваться в системе показателей результатов хозяйственной деятельности на макро- и микроуровнях.

Владеть:

• методами теоретического исследования экономических явлений и процессов, навыками проведения экономического анализа.

Знать:

• основные категории, связанные с принятием решений в сфере личных финансов.

Уметь:

• выбирать обоснованные решения в сфере личных финансов.

Владеть:

• современными технологиями в сфере личных финансов.

Знать: основные категории и понятия профессиональной этики, содержание категорий, определяющих профессионально-нравственную позицию специалиста по рекламе и связям с общественностью.

Уметь: определять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

Владеть: 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.

Знать: содержание профессионально-этических норм, наиболее типичных этических коллизий сферы информационной деятельности, нормативных документов сообществ работников служб по рекламе и связям с общественностью.

Уметь: 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: приемами ведения деловой беседы, деловых переговоров, публичного выступления, разрешения профессиональных конфликтов, ведения спора, полемики, дискуссии, формирования профессионального имиджа.

**Аннотация дисциплины**

**«Менеджмент»**

Цель курса – 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 к решению концептуальных вопросов теории управления и менеджмента, и практики менеджмента в организациях различных форм собственности.

− ознакомить студентов с внедрением новых принципов и методов эффективного менеджмента и координации деятельности коллективов людей в современных организациях;

- ознакомить студентов с внедрением новых принципов и методов управления коллективами людей во имя достижения высоких социально-экономических результатов.

- рассмотреть научно-практические подходы к управлению и образцы современного управления, доминирующие в той или иной социально-культурной среде, исходя из принципов цивилизованных рыночных отношений.

Знает: эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде.

Умеет: предвидеть результаты личных действий и организует работу команды для достижения заданного результата.

Владеет: демонстрирует понимание результатов личных действий; определяет последовательность шагов для достижения поставленной цели и контролирует их выполнение.

Знает: разные виды коммуникации (устную, письменную, вербальную, невербальную, реальную, и др.) для руководства командой и достижения поставленной цели.

Умеет: учитывать в совместной деятельности особенности поведения и общения разных людей.

Владеет: методами эффективного взаимодействия с другими членами команды, в том числе участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды.

Знает: возможности применения своих ресурсов и их пределов для успешного выполнения порученной работы.

Умеет: проявлять интерес к учебе и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков.

Владеет: оценкой эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата.

Знает: важность планирования перспективных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.

Умеет: устанавливать приоритеты собственной деятельности, выстраивая планы их достижения.

Владеет: методами оценки разнообразных ресурсов (личностных, психофизиологических, ситуативных, временных и т.д.), используемых для решения задач самоорганизации и саморазвития.

Знать: основные принципы этики профессиональной деятельности

Уметь: использовать методы предоставления информации другому лицу

Владеть: принципами социальной ответственности

**Аннотация дисциплины**

**«Социология»**

.Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины: 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.

Знать: основные категории социологического знания.

Уметь: использовать социологические подходы при анализе актуальных социальных проблем.

Владеть: освоить навыки организации и проведения социологического исследования.

Знать: основные социологические теории, источники и литературу по социологии.

Уметь: ориентироваться в проблемном поле российского общества;

Владеть: навыками участия в коллективных проектах.

Знать: этапы исторического развития

Уметь: ориентироваться в проблемном поле социокультурных традиций различных социальных групп

Владеть: навыками участия в коллективных проектах

**Аннотация дисциплины**

**«Психология»**

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

**Задачами** курса являются:

* 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

Знать: направления, подходы, теории в психологии и современные тенденции развития психологических концепций и использовать данные знания как средство профессионального карьерного роста.

Уметь: : использовать знания об особенностях темперамента, характера, личности человека в процессе профессиональной творческой деятельности для повышения своей квалификации и развития личностных качеств.

Владеть: навыками организации самообразования, технологиями личных и этических компетенций.

Знать: основные категории и понятия научной психологии.

Уметь: использовать знания психологии в процессе профессиональной творческой деятельности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью.

Владеть: навыками создания профессионального образа, навыками участия в коллективных проектах.

Знать: специфику коммуникационных процессов.

Уметь: ориентироваться в проблемном поле медиакоммуникационных систем.

Владеть: навыками организации самообразования, технологиями приобретения, использования и обновления функциональных, когнитивных, личных и этических компетенций.

**Аннотация дисциплины**

**«Культурология»**

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

*Задачи:* 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.

Знать: основные подходы к определению понятия «культура»; базовые принципы построения различных концепций культуры; актуальные проблемы межкультурных отношений.

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.

Владеть: понятийным аппаратом дисциплины «Культурология»; навыками анализа различных концепций культуры и применения этих концепций к пониманию культурных феноменов; различными техниками анализа текстов культуры, позволяющими дифференцировать и интерпретировыать культурные явления.

Знать: основные типологические модели культурыи схемы периодизации культурно-исторического процесса, основные линии взаимодействия различных направлений российского и мирового культурного процесса, российской и мировой гуманитарной рефлексии.

Уметь: определять основные характеристики типов и периодов культуры в контексте той или иной культурно-типологической или культурно-исторической логики

Владеть:профессиональными навыками ведения дискуссии о современной культуре и культурно-историческом процессе, аргументированного отстаивания свою теоретическую позицию.

Знать: современные достижения отечественной и мировой культуры, современные художественные и медийные практики..

Уметь: анализировать специфику художественных и медийных практик различных эпох и их связь с доминировавшими в эти эпохи средствами и формами коммуникации.

Владеть: практиками анализа современной цифровой культуры.

**Аннотация дисциплины**

**«Политология»**

*Цель дисциплины*: освоение базовых знаний в области политической науки для подготовки к изучению профессиональных и специальных дисциплин, связанных с политическими аспектами сферы рекламы и связей с общественностью.

*Задачи дисциплины:*

● показать место и роль политической науки в системе современного социально-гуманитарного знания;

● раскрыть логику построения политической науки и использования ее категориально-понятийного аппарата;

● рассмотреть основные парадигмы современной политологии;

● проанализировать субстанциональные свойства политики и ее взаимоотношения с другими сферами социальной действительности;

● выявить особенности постановки проблемы власти в современных политических теориях;

● определить специфику анализа стратификационных, институциональных и неинституциональных основ политики;

● обосновать принципы исследования политических систем, политических режимов, политических процессов.

Уметь: использовать теоретические представления и концепции для приобретения новых знаний применительно к сфере профессиональной деятельности в условиях изменяющейся социально-политической реальности;

понимать эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;

определять роль каждого участника в команде

Уметь:

эффективно взаимодействовать с членами команды; участвовать в обмене информацией, знаниями и опытом;

содействовать презентации результатов работы команды; соблюдать этические нормы взаимодействия

Знать:

систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития, основные термины и определения, связанные с институциональной подсистемой политической системы;

владеть: навыками осмысления процессов и явлений, происходящих в политической сфере для формирования гражданской позиции

Знать: понятийно-категориальный аппарат и логику построения политических теорий, основные парадигмы и направления теоретического анализа политики;

уметь: анализировать основные этапы развития политической науки и политических процессов;

владеть: способностью учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов в сфере профессиональной деятельности

**Аннотация дисциплины**

**«Математика»**

*Цель дисциплины:* обеспечить необходимую фундаментальную подготовку студентов к изучению и усвоению основных идей и методов современных разделов математики.

*Задачи дисциплины:* обеспечить овладение будущими специалистами современными методами исследования непрерывных и дискретных процессов, используя понятийный аппарат конечной математики и дифференциального и интегрального исчисления.

Знать: основные понятия, теоремы и методы дифференциального и интегрального исчисления, методы конечной математики.

Уметь: исследовать функции, строить их графики, вычислять производные и интегралы.

Владеть: аппаратом дифференциального и интегрального исчисления.

Знать: основные методы рекламных исследований

Уметь: тестировать эффективность коммуникационных продуктов в рамках количественных и качественных исследований

Владеть: технологиями организации и реализации исследовательского проекта в коммуникационной сфере.

**Аннотация дисциплины**

**«Основы теории коммуникации»**

**Цель дисциплины** – формирование коммуникативной профессиональной интеллектуальной установки, с учетом его возможностей и ограничений, социально-культурная, теоретико-методологическая и практическая контекстуализация различных видов коммуникации и связанных с ними исследовательских подходов.

**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.

Знать: межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

Уметь: понимать межкультурное разнообразие общества в его различных контекстах: философском, социально-историческом, этическом.

Владеть: навыками работы в рамках межкультурное разнообразие общества в его различных контекстах: философском, социально-историческом, этическом.

Знать: 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

Уметь: строить межличностные отношения и работать в группе, организовывать внутригрупповое взаимодействие с учетом социально-культурных особенностей, этнических и конфессиональных различий отдельных членов группы

Владеть: навыком толерантного восприятия культурного и этнического многообразия, навыком командной работы в социально-неоднородных группах, правилами межкультурной коммуникации в профессиональной сфере

Знать: пути и средства профессионального карьерного роста, самообразования и самосовершенствования, закономерности профессионально-творческого и культурно-нравственного развития, а так же инструменты самоорганизации

Уметь: планировать и организовывать собственную деятельность, самостоятельно осваивать различные информационные и образовательные ресурсы для повышения своей квалификации и развития личностных качеств

Владеть: навыками организации самообразования, технологиями приобретения, использования и обновления функциональных, когнитивных, личных и этических компетенций

Знать: пути и средства профессионального карьерного роста, самообразования и самосовершенствования, закономерности профессионально-творческого и культурно-нравственного развития, а так же инструменты самоорганизации

Уметь: планировать и организовывать собственную деятельность, самостоятельно осваивать различные информационные и образовательные ресурсы для повышения своей квалификации и развития личностных качеств

Владеть: навыками организации самообразования, технологиями приобретения, использования и обновления функциональных, когнитивных, личных и этических компетенций

**Аннотация 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.

Знать: особенности основных видов коммуникации, возможности из изучения и практического использования при создании коммуникационных продуктов.

Уметь: составлять основные виды аналитических документов;

Владеть: навыками письменной коммуникации в аннотировании, реферировании и прикладной аналитике теоретических текстов.

Знать: пути и средства профессионального карьерного роста, самообразования и самосовершенствования, закономерности профессионально-творческого и культурно-нравственного развития, а так же инструменты самоорганизации

Уметь: планировать и организовывать собственную деятельность, самостоятельно осваивать различные информационные и образовательные ресурсы для повышения своей квалификации и развития личностных качеств

Владеть: навыками организации самообразования, технологиями приобретения, использования и обновления функциональных, когнитивных, личных и этических компетенций

Знать: специфику коммуникации в профессионально ориентированных сферах: особенности организационной, политической, публичной, рекламной и межкультурной коммуникации.

Уметь: применять полученные знания о современных тенденциях развития общественных и государственных институтов в различных коммуникативных ситуациях;

Владеть: навыками использования основных положений и методов коммуникатологии в создаваемых коммуникационных продуктах для решения социальных и профессиональных задач.

Знать: особенности основных стратегий коммуникации, возможности из изучения и практического использования использования стратегии сотрудничества.

Уметь: составлять основные виды аналитических документов; использовать стратегии сотрудничества

Владеть: навыками взаимодействия с членами команды; участвует в обмене информацией, знаниями и опытом; содействует презентации результатов работы команды; соблюдает этические нормы взаимодействия.

Знать: специфику коммуникации в профессионально ориентированных сферах: особенности организационной, политической, публичной, рекламной и межкультурной коммуникации.

Уметь: применять полученные знания о современных тенденциях развития общественных и государственных институтов в различных коммуникативных ситуациях;

Владеть: навыками использования основных положений и методов коммуникатологии в создаваемых коммуникационных продуктах для решения социальных и профессиональных задач.

**Аннотация дисциплины**

**«Информационные технологии и базы данных**

**в прикладных коммуникациях»**

**Цель дисциплины** – дать представление о современных технических средствах и информационно-комуникационных технологиях для получения первичного опыта работы с информационными технологиями и базами данных в процессе создания коммуникационного продукта.

**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 Федеральных законов «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 № 149-ФЗ и «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ.

Знать: роль и значения информации и информационных технологий в современном информационном пространстве; особенности сбора, хранения и анализа данных.

Уметь: применять полученные знания в практической деятельности.

Владеть: культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации.

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

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.

**Аннотация дисциплины**

**«Русское и мировое искусство в коммуникациях»**

**Цель дисциплины** – 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.

Знать: основы философских, религиозных, искусствоведческих знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности

Уметь: решать задачи профессиональной деятельности на основе полученных знаниях о культуре российских регионов

Владеть: способностью к разработке информационного обеспечения в социокультурных проектах в тематике деятельности организаций и учреждений культуры и массовых коммуникаций.

Знать: достижения отечественной и мировой культуры

Уметь: демонстрировать кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса для создания медиапродуктов

Владеть: навыком демонстрирования кругозора в сфере отечественного и мирового культурного процесса для создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

Знать: достижения отечественной и мировой культуры

Уметь: использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры для создания медиапродуктов

Владеть: умением процесса создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

**Аннотация дисциплины**

**«Теория и практика маркетинга»**

**Цель дисциплины** – изучение основ и сущности маркетинга, теории и практики современного маркетингового механизма воздействия на конкурентные позиции фирмы на рынке, методологии маркетинговых исследований и оптимизации товарной и ценовой политики, политики формирования сбытовой сети, развития рекламы и средств стимулирования сбыта.

**Задачи дисциплины**:

* обучение современным подходам, формам и методам маркетинговой работы;
* обучение студентов методам профессиональной оценки альтернативных вариантов маркетинговых решений, выбора оптимального из них в зависимости от конкретных рыночных условий;
* формирование у студентов понимания степени моральной, этической и профессиональной ответственности за свои решения и действия;
* подготовка специалистов, способных на основе полученных знаний творчески, оперативно, обоснованно принимать обоснованные решения по маркетинговым вопросам.

Знать: принципы, определяющие круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения;

Уметь: анализировать имеющиеся ресурсы и ограничения, а также оценивать оптимальные способы решения поставленных задач;

Владеть: навыками анализа имеющихся ресурсов и ограничений, оценки и выбора оптимальных способов решения поставленных задач.

Знать: требования к информации; инструменты поиска информации

Уметь: определять потребности целевой аудитории

Владеть: методами сбора информации.

**Аннотация дисциплины**

**«Маркетинговые исследования и ситуационный анализ»**

**Цель дисциплины** – 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).

|  |
| --- |
| Знать: принципы, определяющие круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения;  Уметь: анализировать имеющиеся ресурсы и ограничения, а также оценивать оптимальные способы решения поставленных задач;  Владеть: навыками анализа имеющихся ресурсов и ограничений, оценки и выбора оптимальных способов решения поставленных задач. |
| Знает:возможности применения своих ресурсов и их пределов для успешного выполнения порученной работы.  Умеет:проявлять интерес к учебе и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков.  Владеет:оценкой эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата. |
| Знать: основные методы рекламных исследований  Уметь: тестировать эффективность коммуникационных продуктов в рамках количественных и качественных исследований  Владеть: технологиями организации и реализации исследовательского проекта в коммуникационной сфере |
| Знать: требования к информации; инструменты поиска информации  Уметь: определять потребности целевой аудитории  Владеть: методами сбора информации |
| *Знать:* актуальные технические и технологические потребности обеспечения профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью.  *Уметь:* использовать современные технические и технологические средства обеспечения деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать профессиональное программное обеспечение.  *Владеть:* навыками отбора и использования технических и технологических средств обеспечения профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, в т.ч. использование профильного программного. |

**Аннотация 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 связях с общественностью;
* отработать навыки составления программы исследования, формулирования вопросника, обработки полученных данных, написания исследовательского отчета.

Знать: принципы, определяющие круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения;

Уметь: анализировать имеющиеся ресурсы и ограничения, а также оценивать оптимальные способы решения поставленных задач;

Владеть: навыками анализа имеющихся ресурсов и ограничений, оценки и выбора оптимальных способов решения поставленных задач.

Знает: возможности применения своих ресурсов и их пределов для успешного выполнения порученной работы.

Умеет: проявлять интерес к учебе и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков.

Владеет: оценкой эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата.

Знать: основные методы рекламных исследований

Уметь: тестировать эффективность коммуникационных продуктов в рамках количественных и качественных исследований

Владеть: технологиями организации и реализации исследовательского проекта в коммуникационной сфере

Знать: требования к информации; инструменты поиска информации

Уметь: определять потребности целевой аудитории

Владеть: методами сбора информации

Знать: актуальные технические и технологические потребности обеспечения профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью.

Уметь: использовать современные технические и технологические средства обеспечения деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать профессиональное программное обеспечение.

Владеть: навыками отбора и использования технических и технологических средств обеспечения профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, в т.ч. использование профильного программного.

**Аннотация дисциплины**

**«Психология в рекламе и связях 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.

Знать:

- совокупность правовых норм, регулирующих правоотношения в сфере рекламы и связей с общественностью;

Уметь:

- определять правовые нормы, подлежащие применению при решении конкретной задачи;

Владеть:

- навыками анализа и толкования правовых документов

Знать:

-Законодательство Российской Федерации в сфере рекламы, связей с общественностью;

локальное регулирование и саморегулирование в коммуникационных компаниях;

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.

Владеть:

-навыками анализа юридических документов;

- юридической терминологией.

Знать:

- 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;

Уметь:

- отграничивать виды социальной ответственности (моральной, политической) от юридической;

- соотносить средства и приемы профессиональной деятельности с требованиями законодательства, с учетом социальных последствий;

Владеть:

- умениями определять социальные последствия профессиональной деятельности.

**Аннотация дисциплины**

**«Социология в рекламе и связях с общественностью»**

**Цель дисциплины** – дать специализированные знания о рекламе и связях с общественностью как о социальном институте, его структурных элементах, связях и отношениях между ними, особенностях функционирования и развития; подготовить специалиста, обладающего знаниями об особенностях применения методов сбора, обработки и интерпретации социологического информации.

**Задачи дисциплины**:

* помочь студентам изучить основные категории социологического знания;
* усвоить основные социологические теории, которые применяются в рекламе;
* развить умение использовать социологические подходы при анализе актуальных социальных проблем;
* освоить навыки организации и проведения социологического исследования.

Знать: принципы, определяющие круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения;

Уметь: анализировать имеющиеся ресурсы и ограничения, а также оценивать оптимальные способы решения поставленных задач;

Владеть: навыками анализа имеющихся ресурсов и ограничений, оценки и выбора оптимальных способов решения поставленных задач.

Знает: возможности применения своих ресурсов и их пределов для успешного выполнения порученной работы.

Умеет: проявлять интерес к учебе и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков.

Владеет: оценкой эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата.

Знать:

• основные социологические подходы к анализу общества;

• основные источники и литературу по социологии;

• Особенности формирования ценностей различных социальных страт

Уметь:

• выбирать адекватный поставленной задачи подход;

• ориентироваться в проблемном поле российского общества.

Владеть:

• релевантной аргументацией при анализе социальных проблем;

• навыками участия в коллективных проектах.

**Аннотация 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.

Знать: круг профессиональных задач и оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм;

Уметь: анализировать имеющиеся ресурсы и ограничения, а также оценивать и выбирать оптимальные способы решения поставленных задач;

Владеть: навыками анализа имеющихся ресурсов и ограничений, а также оценки и выбора оптимальных способов решения поставленных задач.

Знать: основные принципы работы с профессиональными текстами в сфере коммуникации, принципы аналитической работы с англоязычными текстами.

Уметь: использовать языковые средства в соответствии с целью и ситуацией общения; выявлять смысловые категории профессиональных текстов и применять общенаучные методы анализа текстов; Владеть: нормами культуры речи; навыками рационального чтения, слушания, говорения и письма.

**Аннотация 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 дисциплины**:

* 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.

Знать:

– историю, культуру и традиции русской и зарубежной литературы;

– концептуальную картину мира, создаваемую русской и зарубежной литературы.

Уметь:

– соотносить средства литературы с конкретными социальными ситуациями, условиями и целями, а также с нормами профессионального плана которых придерживаются носители языка;

– организовывать и осуществлять различные социальные и культурные проекты, планы и программы развития, связанные со своей специальностью и реализуемые с участием иностранных партнеров;

– анализировать логику различного вида рассуждений.

Владеть:

– информацией об основных особенностях материальной и духовной культуры и литературы;

– навыками аргументации, ведения дискуссии и полемики;

– мастерством анализа произведений литературы;

– способами решения коммуникативных и речевых задач в профессиональном .

Знать: 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

Уметь: строить межличностные отношения и работать в группе, организовывать внутригрупповое взаимодействие с учетом социально-культурных особенностей, этнических и конфессиональных различий отдельных членов группы

Владеть: навыком толерантного восприятия культурного и этнического многообразия, навыком командной работы в социально-неоднородных группах, правилами межкультурной коммуникации в профессиональной сфере

Знать: пути и средства профессионального карьерного роста, самообразования и самосовершенствования, закономерности профессионально-творческого и культурно-нравственного развития, а так же инструменты самоорганизации

Уметь: планировать и организовывать собственную деятельность, самостоятельно осваивать различные информационные и образовательные ресурсы для повышения своей квалификации и развития личностных качеств

Владеть: навыками организации самообразования, технологиями приобретения, использования и обновления функциональных, когнитивных, личных и этических компетенций

Знать: 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: использовать средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

Владеть: навыками работы с художественным текстом, исследовательской литературой, учебными пособиями.

**Аннотация 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.

|  |
| --- |
| **Знать:** круг профессиональных задач и оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм;  **Уметь:** анализировать имеющиеся ресурсы и ограничения, а также оценивать и выбирать оптимальные способы решения поставленных задач;  **Владеть: навыками а**нализа имеющихся ресурсов и ограничений, а также оценки и выбора оптимальных способов решения поставленных задач. |
| Знать: отличительные особенности текстов по связям с общественностью.  Уметь: осуществляет подготовку PR-текстов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.  Владеть: навыками создания PR-текстов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем. |
|
| *Знать*: запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности  *Уметь*: отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности  *Владеть*: навыками ответов на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности |
| *Знать*: - 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*: - 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 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. |

**Аннотация дисциплины**

**«Теория и практика рекламы»**

**Цель дисциплины** – 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**:

* уяснить основополагающие понятия, определения, теоретические подходы, место и значение рекламы в системе маркетинговых коммуникаций;
* познакомится с основными концепциями и методами разработки рекламной продукции;
* дать характеристику различным средствам распространения рекламы и их особенностям;
* выявить главные этапы подготовки и планирования рекламной кампании, а также методы оценки ее эффективности;
* рассмотреть роли и функции основных участников и составляющих рекламного процесса;
* получить представление об особенностях рекламной деятельности в различных сферах общественной жизни;
* выработать навыки практического применения полученных знаний по управлению современными рекламными кампаниями;
* определить роль и значение рекламы в современном обществе.

|  |
| --- |
| **Знать:** информационно-коммуникационные технологии необходимые для решения стандартных коммуникативных задач для достижения профессиональных целей;  **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;  **Владеть:** навыками примененияинформационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач для достижения профессиональных целей на государственном и иностранном (-ых) языках. |
| Знать: базовой терминологией, относящейся к рекламной деятельности; навыками создания текстов и документов, используемых в сфере рекламы, рекламно-информационных материалов  Уметь: применять передовой отечественный и зарубежный опыт ведения рекламного дела, планировать, организовывать и осуществлять деятельность по созданию рекламного продукта, планировать и проводить рекламные кампании.  Владеть: стандартными методиками поиска, анализа и обработки материала для создания текстов в области рекламы; навыками написания рекламных текстов различных жанров в соответствии с целевой установкой. |
|
| Знать: 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.  Уметь: применять методики создания текстов рекламы, анализировать тексты рекламы; устранять в них ошибки и недочеты.  Владеть: стандартными методиками поиска, анализа и обработки материала для создания текстов в области рекламы; навыками написания рекламных текстов различных жанров в соответствии с целевой установкой. |
|
| Знать: основные понятия явления, функции, законы, теории, прикладные особенности рекламы и рекламной деятельности.  Уметь: применять полученные знания по теории и практике рекламы в целях получения оптимально-эффективного рекламного продукта.  Владеть: способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности. |

**Аннотация 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.

Знать:

- совокупность правовых норм, регулирующих правоотношения в сфере рекламы и связей с общественностью;

Уметь:

- определять правовые нормы, подлежащие применению при решении конкретной задачи;

Владеть:

- навыками анализа и толкования правовых документов

Знать:

-Законодательство Российской Федерации в сфере рекламы, связей с общественностью;

локальное регулирование и саморегулирование в коммуникационных компаниях;

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.

Владеть:

-навыками анализа юридических документов;

- юридической терминологией.

Знать:

- 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;

Уметь:

- отграничивать виды социальной ответственности (моральной, политической) от юридической;

- соотносить средства и приемы профессиональной деятельности с требованиями законодательства, с учетом социальных последствий;

Владеть:

- умениями определять социальные последствия профессиональной деятельности.

**Аннотация 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.

Знать: направления, подходы, теории рекламы и связей с общественностью и современные тенденции развития концепций и использовать данные знания как средство профессионального карьерного роста.

Уметь: : использовать знания об особенностях темперамента, характера, личности человека в процессе профессиональной творческой деятельности для повышения своей квалификации и развития личностных качеств.

Владеть: навыками работы в команде, технологиями личных и этических компетенций.

Знать: межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

Уметь: понимать межкультурное разнообразие общества в его различных контекстах: философском, социально-историческом, этическом.

Владеть: навыками работы в рамках межкультурное разнообразие общества в его различных контекстах: философском, социально-историческом, этическом.

Знать: основные категории и понятия профессиональной этики, содержание категорий, определяющих профессионально-нравственную позицию специалиста по рекламе и связям с общественностью.

Уметь: определять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

Владеть: 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.

Знать: содержание профессионально-этических норм, наиболее типичных этических коллизий сферы информационной деятельности, нормативных документов сообществ работников служб по рекламе и связям с общественностью.

Уметь: 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: приемами ведения деловой беседы, деловых переговоров, публичного выступления, разрешения профессиональных конфликтов, ведения спора, полемики, дискуссии, формирования профессионального имиджа.

**Аннотация 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 средства 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.

Знать: спектр ресурсов и ограничений, оптимальных способов решения поставленных задач

Уметь: определять спектр ресурсов и ограничений, оптимальных способов решения поставленных задач

Владеть: навыками анализа спектра ресурсов и ограничений, оптимальных способов решения поставленных задач

Знать: современное техническое оборудование и программное обеспечение, необходимое для осуществления профессиональной деятельности;

Уметь: применять современное техническое оборудование и программное обеспечение в профессиональной деятельности;

Владеть: аппаратно-программными и техническими средствами для для осуществления профессиональной деятельности.

Знать: современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение;

Уметь: применять цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов;

Владеть: современными цифровыми методами и средствами создания текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов.

**Аннотация дисциплины**

**«Интегрированные коммуникации»**

**Цель дисциплины** – овладение специальными методами, технологиями и приемами деятельности современного специалиста по массовым коммуникациям в сфере интегрированных PR и рекламных коммуникаций, сформировать необходимые практические навыки для самостоятельной работы по осваиваемой специальности.

**Задачи дисциплины**:

* получение навыков профессиональных исследований коммуникативных процессов, затрагивающих деятельность PR-объекта;
* овладение приемами стратегического планирования и управления текущими практиками интегрированных коммуникаций;
* приобретение навыков подготовки различного рода PR- и рекламных текстов и использования основных каналов их доставки до целевых аудиторий в организуемых интегрированных коммуникаций;
* овладение инструментарием осуществления различного рода внутрикорпоративных интегрированных коммуникациях организации;
* развитие способности к определению имеющихся коммуникационных ресурсов организации событийной интегрированной коммуникации и владение технологиями осуществления ивента продвижения создаваемого имиджа или бренда;
* формирование способности самостоятельно организовать антикризисное управление и антикризисные интегрированные коммуникации в ситуации репутационных угроз и владение методами, технологиями и приемами выстраивания интегрированных коммуникаций с целевыми группами общественности в условиях кризиса.

Знать: принципы поиска, критического анализа и синтеза информации, применять системный подход для решения поставленных задач

Уметь: аргументировано отстаивать собственную позицию по различным философским проблемам, обосновывать и адекватно оценивает современные явления и процессы в общественной жизни на основе систем

Владеть: навыками аргументировано отстаивать собственную позицию по различным философским проблемам, обосновывать и адекватно оценивает современные явления и процессы в общественной жизни на основе систем

Знать: основные категории и понятия профессиональной этики, содержание категорий, определяющих профессионально-нравственную позицию специалиста по рекламе и связям с общественностью.

Уметь: определять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

Владеть: 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.

Знать: содержание профессионально-этических норм, наиболее типичных этических коллизий сферы информационной деятельности, нормативных документов сообществ работников служб по рекламе и связям с общественностью.

Уметь: 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: приемами ведения деловой беседы, деловых переговоров, публичного выступления, разрешения профессиональных конфликтов, ведения спора, полемики, дискуссии, формирования профессионального имиджа.

**Аннотация 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.

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.

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.

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.

Знать 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 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 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.

Знать: хронологические границы, периодизацию и типологические особенности культурно-исторических эпох;

- динамику мирового процесса;

- национальную языка;

- основные магистральные сюжеты и образы мировой литературы.

Уметь: использовать средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

Владеть: навыками работы с художественным текстом, исследовательской литературой, учебными пособиями.

**Аннотация дисциплины**

**«Теория и практика медиакоммуникаций»**

**Цель дисциплины** – 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**:

* обеспечить понимание студентами базовых понятий и теоретических моделей системы медиакоммуникаций;
* сформировать готовность студентов к использованию медийных методов и медиа-технологий при решении задач рекламы и связей с общественностью.

Знать: основные теоретико-методологические положения философии, концептуальные подходы к пониманию природы информации как научной и философской категории

Уметь: применять методологические основы системного подхода

Владеть: навыками применения методологических основ системного подхода

Знать: мировые тенденции развития медиаотрасли и базовые принципы формирования медиасистем; особенности национальных медиамоделей, в том числе специфику функционирования российских СМИ.

Уметь: формулировать цели и задачи исследований СМИ; аналитическую работу в рамках специализированных организаций и подразделений предприятий индустрии СМИ.

Владеть: навыками использования терминологического аппарата и теоретических знаний при исследовании и анализе медиа.

Знать: 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.

Уметь: применять методики создания текстов рекламы, анализировать тексты рекламы; устранять в них ошибки и недочеты.

Владеть: стандартными методиками поиска, анализа и обработки материала для создания текстов в области рекламы; навыками написания рекламных текстов различных жанров в соответствии с целевой установкой.

Знать: основные модели медиакоммуникационных систем

основные тенденции развития медиакоммуникационных систем мира

Уметь: использовать методы современной медиакоммуникаций для успешного построения переговоров

Владеть: способностью выстраивать диалог и коммуникацию для решения различных задач.

Знать: основные принципы этики профессиональной деятельности

Уметь: использовать методы предоставления информации другому лицу

Владеть: принципами социальной ответственности

**Аннотация 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.

|  |
| --- |
| **Знать:** принципыпоиска, критического анализа и синтеза информации, применять системный подход для решения поставленных задач  **Уметь:** аргументировано отстаивать собственную позицию по различным философским проблемам, обосновывать и адекватно оценивает современные явления и процессы в общественной жизни на основе систем  **Владеть:** навыкамиаргументировано отстаивать собственную позицию по различным философским проблемам, обосновывать и адекватно оценивает современные явления и процессы в общественной жизни на основе систем |
| **Знать**: основные модели медиакоммуникационных систем  основные тенденции развития медиакоммуникационных систем мира  **Уметь**: использовать методы современной медиакоммуникаций для успешного построения переговоров  **Владеть**: способностью выстраивать диалог и коммуникацию для решения различных задач. |
| **Знать**: основные принципы этики профессиональной деятельности  **Уметь**: использовать методы предоставления информации другому лицу  **Владеть**: принципами социальной ответственности |
| **Знать**: основные принципы этики профессиональной деятельности  **Уметь**: систематизировать и выдавать информацию с помощью профессиональных средств  **Владеть**: приемами рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами. |

**Аннотация 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 СО 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 СО в современном мире;
* сравнительный анализ роли и функций «паблик рилейшнз» в коммерческих структурах, государственных учреждениях и общественно-политических организациях;
* формирование представлений об информационных основах связей с общественностью.

Знать: принципы социального взаимодействия и реализовывать свою роль в команде

Уметь: осуществлять стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; определяет роль каждого участника

Владеть: навыками эффективного использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; определяет роль каждого участника в команде

Знает: разные виды коммуникации (устную, письменную, вербальную, невербальную, реальную, и др.) для руководства командой и достижения поставленной цели.

Умеет: учитывать в совместной деятельности особенности поведения и общения разных людей.

Владеет: методами эффективного взаимодействия с другими членами команды, в том числе участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды.

Знать: основные модели медиакоммуникационных систем

основные тенденции развития медиакоммуникационных систем мира

Уметь: использовать методы современной медиакоммуникаций для успешного построения переговоров

Владеть: способностью выстраивать диалог и коммуникацию для решения различных задач.

Знать: основные принципы этики профессиональной деятельности

Уметь: использовать методы предоставления информации другому лицу

Владеть: принципами социальной ответственности.

**Аннотация 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:

• Изучение базовых аспектов коммуникации

• Исследование коммуникационных теорий социологии, психологии, политологии, антропологии

• Изучение основных аспектов рекламной деятельности

• Познание законодательства в области рекламы

• Освоение практических навыков копирайтинга и арт-дирекшена

• Формирование комплексного представления о коммуникационных кампаниях

• Умения организовывать коммуникационные компании и просчитывать их эффективность.

Знать: принципы поиска, критического анализа и синтеза информации, применять системный подход для решения поставленных задач

Уметь: аргументировано отстаивать собственную позицию по различным философским проблемам, обосновывать и адекватно оценивает современные явления и процессы в общественной жизни на основе систем

Владеть: навыками аргументировано отстаивать собственную позицию по различным философским проблемам, обосновывать и адекватно оценивает современные явления и процессы в общественной жизни на основе систем

Знает: важность планирования перспективных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.

Умеет: устанавливать приоритеты собственной деятельности, выстраивая планы их достижения.

Владеет: методами оценки разнообразных ресурсов (личностных, психофизиологических, ситуативных, временных и т.д.), используемых для решения задач самоорганизации и саморазвития.

Знать: основные типы коммуникационных кампаний и их особенности; правила составления типичных PR-документов и основных правил написания текстов рекламных сообщений и иных профессиональных текстов в сфере рекламы и связей с общественностью; специфику осуществления основных технологий и методов организации и проведения коммуникационных кампаний в сфере связей с общественностью;

Уметь: выделять ключевые характеристики практики протекания организации и проведения коммуникационных кампаний в сфере связей с общественностью (социальный контекст, субъекты и каналы коммуникации, содержание сообщений);

использовать теоретический материал данного учебного курса для выработки собственного понимания и оценки эффективности проводимых PR-кампаний; готовить пресс-релизы, информационные поводы, рекламные тексты и иные PR-тексты для СМИ, digital-каналов массовой коммуникации и основных групп общественности;

Владеть: методикой анализа выявления эффективности текущих коммуникативных кампаний; 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.

Знать: 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

Уметь: строить межличностные отношения и работать в группе, организовывать внутригрупповое взаимодействие с учетом социально-культурных особенностей, этнических и конфессиональных различий отдельных членов группы

Владеть: навыком толерантного восприятия культурного и этнического многообразия, навыком командной работы в социально-неоднородных группах, правилами межкультурной коммуникации в профессиональной сфере

Знать: пути и средства профессионального карьерного роста, самообразования и самосовершенствования, закономерности профессионально-творческого и культурно-нравственного развития, а так же инструменты самоорганизации

Уметь: планировать и организовывать собственную деятельность, самостоятельно осваивать различные информационные и образовательные ресурсы для повышения своей квалификации и развития личностных качеств

Владеть: навыками организации самообразования, технологиями приобретения, использования и обновления функциональных, когнитивных, личных и этических компетенций

Знать: пути и средства профессионального карьерного роста, самообразования и самосовершенствования, закономерности профессионально-творческого и культурно-нравственного развития, а так же инструменты самоорганизации

Уметь: планировать и организовывать собственную деятельность, самостоятельно осваивать различные информационные и образовательные ресурсы для повышения своей квалификации и развития личностных качеств

Владеть: навыками организации самообразования, технологиями приобретения, использования и обновления функциональных, когнитивных, личных и этических компетенций

Знать: основные принципы этики профессиональной деятельности

Уметь: систематизировать и выдавать информацию с помощью профессиональных средств

Владеть: приемами рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами.

**Аннотация дисциплины**

**«Организация и проведение коммуникационных**

**кампаний в связях 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.

Знать: принципы поиска, критического анализа и синтеза информации, применять системный подход для решения поставленных задач

Уметь: аргументировано отстаивать собственную позицию по различным философским проблемам, обосновывать и адекватно оценивает современные явления и процессы в общественной жизни на основе систем

Владеть: навыками аргументировано отстаивать собственную позицию по различным философским проблемам, обосновывать и адекватно оценивает современные явления и процессы в общественной жизни на основе систем

Знает: важность планирования перспективных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.

Умеет: устанавливать приоритеты собственной деятельности, выстраивая планы их достижения.

Владеет: методами оценки разнообразных ресурсов (личностных, психофизиологических, ситуативных, временных и т.д.), используемых для решения задач самоорганизации и саморазвития.

Знать: основные типы коммуникационных кампаний и их особенности; правила составления типичных PR-документов и основных правил написания текстов рекламных сообщений и иных профессиональных текстов в сфере рекламы и связей с общественностью; специфику осуществления основных технологий и методов организации и проведения коммуникационных кампаний в сфере связей с общественностью;

Уметь: выделять ключевые характеристики практики протекания организации и проведения коммуникационных кампаний в сфере связей с общественностью (социальный контекст, субъекты и каналы коммуникации, содержание сообщений);

использовать теоретический материал данного учебного курса для выработки собственного понимания и оценки эффективности проводимых PR-кампаний; готовить пресс-релизы, информационные поводы, рекламные тексты и иные PR-тексты для СМИ, digital-каналов массовой коммуникации и основных групп общественности;

Владеть: методикой анализа выявления эффективности текущих коммуникативных кампаний; 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.

Знать: 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

Уметь: строить межличностные отношения и работать в группе, организовывать внутригрупповое взаимодействие с учетом социально-культурных особенностей, этнических и конфессиональных различий отдельных членов группы

Владеть: навыком толерантного восприятия культурного и этнического многообразия, навыком командной работы в социально-неоднородных группах, правилами межкультурной коммуникации в профессиональной сфере

Знать: пути и средства профессионального карьерного роста, самообразования и самосовершенствования, закономерности профессионально-творческого и культурно-нравственного развития, а так же инструменты самоорганизации

Уметь: планировать и организовывать собственную деятельность, самостоятельно осваивать различные информационные и образовательные ресурсы для повышения своей квалификации и развития личностных качеств

Владеть: навыками организации самообразования, технологиями приобретения, использования и обновления функциональных, когнитивных, личных и этических компетенций

Знать: пути и средства профессионального карьерного роста, самообразования и самосовершенствования, закономерности профессионально-творческого и культурно-нравственного развития, а так же инструменты самоорганизации

Уметь: планировать и организовывать собственную деятельность, самостоятельно осваивать различные информационные и образовательные ресурсы для повышения своей квалификации и развития личностных качеств

Владеть: навыками организации самообразования, технологиями приобретения, использования и обновления функциональных, когнитивных, личных и этических компетенций

Знать: основные принципы этики профессиональной деятельности

Уметь: систематизировать и выдавать информацию с помощью профессиональных средств

Владеть: приемами рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами.

**Аннотация 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.

Знать: принципы управления своим временем, выстраивания и реализации траектории саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

Уметь: управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

Владеть: навыками постановки цели собственной деятельности, оценивая пути их достижения с учетом ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов

Знать: основные типы коммуникационных кампаний и их особенности; правила составления типичных PR-документов и основных правил написания текстов рекламных сообщений и иных профессиональных текстов в сфере рекламы и связей с общественностью; специфику осуществления основных технологий и методов организации и проведения коммуникационных кампаний в сфере связей с общественностью;

Уметь: выделять ключевые характеристики практики протекания организации и проведения коммуникационных кампаний в сфере связей с общественностью (социальный контекст, субъекты и каналы коммуникации, содержание сообщений);

использовать теоретический материал данного учебного курса для выработки собственного понимания и оценки эффективности проводимых PR-кампаний; готовить пресс-релизы, информационные поводы, рекламные тексты и иные PR-тексты для СМИ, digital-каналов массовой коммуникации и основных групп общественности;

Владеть: методикой анализа выявления эффективности текущих коммуникативных кампаний; 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.

Знать: 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: осуществлять отбор профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым 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, принятым профессиональным сообществом

формировать требования, предъявляемые проектам;

определять условия финансовой реализуемости проектов

применять методы экономической оценки рекламных проектов.

Владеть: 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.

**Аннотация 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.

Знать:роль физической культуры в развитии человека и подготовке специалиста;

социально-биологические основы физической культуры и спорта;

индивидуально доступные здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни.

Уметь:индивидуально выбирать вид спорта или систему физических упражнений для своего физического совершенствования;

Владеть: системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, развитие и совершенствование психофизических способностей и качеств.

Знать: сущность физической культуры в общекультурной и профессиональной подготовке студентов;

принципы планирования физической и умственной нагрузки

Уметь: рационально использовать свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности.

Владеть:методиками самостоятельных занятий и самоконтроля над состоянием своего организма.

Знать: 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: 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;

Знать: основные принципы этики профессиональной деятельности

Уметь: использовать методы предоставления информации другому лицу

Владеть: принципами социальной ответственности

**Аннотация дисциплины**

**«История цифровой рекламы»**

Цель дисциплины –подготовить студента к восприятию профессионального цикла дисциплин на основе знаний и понимания истоков рекламного дела и общественных коммуникаций, их своеобразия в разные исторические периоды и в разных странах. В качестве главного принципа периодизации заявлено развитие средств массовой коммуникации, что определяет не только содержание переносимого сообщения, но и способы его восприятия.

Задачи дисциплины:

* сформировать знание основного понятийного аппарата, необходимого для изучения дисциплин профессионального цикла;
* развивать способности обосновать роль и место средств массовой коммуникации в развитии рекламного дела и связей с общественностью;
* научить выявлять специфику развития рекламы в разные эпохи и в разных странах;
* развивать навыки обоснованного анализа истоков концептуальных позиций современных школ рекламы и PR;
* ознакомить с принципами и методами оценки эффективности профессиональной деятельности в области рекламы и PR.

Знать: межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

Уметь: понимать межкультурное разнообразие общества в его различных контекстах: философском, социально-историческом, этическом.

Владеть: навыками работы в рамках межкультурное разнообразие общества в его различных контекстах: философском, социально-историческом, этическом.

Знать: историю и особенности создания текстов рекламы и связей с общественностью.

Уметь: создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании.

Владеть: навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.

Знать: основы корпоративной социальной ответственности.

Уметь: разрабатывать коммуникационный продукт.

Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, опираясь на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности.

**Аннотация дисциплины**

**«Поведение потребителей в цифровой среде»**

Цель дисциплины – формирование у обучающихся системы знаний, умений и навыков в сфере поведения потребителей; дать обучающимся системное представление о потребностях общества, проводить анализ ситуации в целях прогнозирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применять их на практике, а также заложить основы профессионального становления обучающихся.

Задачи дисциплины:

1) Изучить данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп;

2) Научиться организовывать процесс изучения потребности общества и интересы аудитории в целях целеполагания, планирования, прогнозирования и удовлетворения спроса на коммуникационные продукты и уметь применять их на практике;

3) Получить навыки анализировать потребности общества в целях разработки и реализации, а также учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов.

Знать: основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий

Уметь: анализировать и учитывать основные. характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов ;

Владеть: Способностью учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью.

Знать: особенности установления эффективных рекламных коммуникаций в медиаиндустрии; особенности установления корпоративной социальной ответственности в медиаиндустрии; принципы, подходы, стратегии и факторы, нормы деятельности, направленной на создания и продвижение медиакоммуникационных систем.

Уметь: формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, отражающие результаты продвижения медиапродукции; использовать современные технологии, технологические средства и специализированное программное обеспечение профессиональной деятельности для обеспечения многоканальной коммуникации с разными целевыми группами при выполнении заданий по данному виду практики.

Владеть: навыками разработки системы для оценки эффективности мероприятий по продвижению медиапродукции; способностью к организации информации об узнаваемости медиапродукции, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках медиапродукции.

Знать: данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных групп

Уметь: организовывать процесс изучения потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на коммуникационные продукты, осуществлять контроль за наполнением контента сайта.

Владеть: способностью изучать и анализировать потребности общества в целях разработки и реализации разнообразных коммуникационных продуктов.

**Аннотация дисциплины**

**«Методы измерений в маркетинговых коммуникациях»**

Цель дисциплины - формирование базовых общепрофессиональных компетенций и представлений в сфере применения маркетинговых исследований коммуникационной деятельности; дать студентам фундаментальные теоретические и практические знания, умения и навыки проведения маркетинговых исследований в коммуникационной деятельности; подготовить магистра, способного на основе полученных знаний о видах, основных задачах и инструментах маркетинговых исследований коммуникационной деятельности, принимать решения по разработке программы исследований и анализа, а также организации маркетинговых исследований в данной сфере.

Задачи дисциплины:

–- сформировать представления и навыки подготовки и проведения кабинетных, количественных и качественных маркетинговых исследований, анализа и интерпретация первичной и вторичной информации, анализа и презентации результатов маркетинговых исследований;

* сформировать знания и навыки подготовки и проведения анкетирования и опросов с целью выявления предпочтений целевых групп;
* научить ставить проблемы, определять цели, задачи, предмет и методы маркетинговых исследований коммуникационной деятельности;
  + дать навыки организации и проведения исследований эффективности коммуникаций;
* выработать знания о процессе взаимодействия коммуникационных менеджеров со специализированными исследовательскими агентствами, планирования, организации исследовательских проектов и применения на практике полученных результатов.

|  |
| --- |
| *Знает*: важность планирования перспективных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.  *Умеет*: устанавливать приоритеты собственной деятельности, выстраивая планы их достижения.  *Владеет*: методами оценки разнообразных ресурсов (личностных, психофизиологических, ситуативных, временных и т.д.), используемых для решения задач самоорганизации и саморазвития. |
| Знать: основные законы научных дисциплин в профессиональной деятельности;  Уметь: разрабатывать стратегию мониторинга эффективности коммуникационной деятельности и реализовывать ее в конкретных условиях;  применять современные интернет-сервисы, предназначенные для автоматизации измерений эффективности коммуникационных кампаний.  Владеть: базовыми элементами расчета показателей эффективности интернет-рекламы. |
| Знать: принципы, подходы, по созданию и редактированию контента;  Уметь: осуществлять контроль за наполнением сайта; анализировать технологии продвижения медиакомпании, управление целевой аудиторией.  Владеть: методами продвижения интернет-ресурсов, правовыми и этическими нормами, регулирующими развитие интернет-медиа. |
| *Знать:* особенности установления эффективных рекламных и PR коммуникаций с целевой аудиторией и персоналом организации;  *Уметь:* проводить анализ и формировать результаты коммуникационной среды, используя современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций.  *Владеть:* основными методами продвижения и организации рекламной и PR деятельности направленной на укрепление имиджа и коммерческой эффективности работы компании. |

**Аннотация дисциплины**

**«Технологии цифровой рекламной фотографии»**

Цель дисциплины – формирование у студентов системы знаний, умений и практических навыков создания рекламной фотографии, необходимых для подготовки высококвалифицированных специалистов, востребованных на рынке труда в условиях цифровой экономики.

Задачи дисциплины:

1) познакомиться с основными этапами развития фотографии, жанрами современной фотографии, с основными видами освещения и способами его корректировки при фотосъёмке в условиях цифрового поля.

2) изучить современные цифровые методы обработки фотографии, освоить законы композиции фотографии.

3) научиться выбирать ретушь, осуществлять подготовку цифрового фотоматериала для использования его в цифровом поле.

4) овладеть техникой и методикой подготовки и проведения фотосъёмки в соответствии с поставленными задачами.

Знать: технологии цифровой рекламной фотографии, основы деловой коммуникации на государственном языке РФ и любом другом иностранном языке, их видов; правила языкового речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения для самоорганизации.

Уметь: использовать основные информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач, для достижения профессиональных целей.

Владеть: навыками коммуникации с помощью рекламной фотографии для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

Знать: жанры современной фотографии, основные виды освещения и способы его корректировки при фотосъёмке в условиях цифрового поля.

Уметь: применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания фотографии.

Владеть: современными цифровыми методами обработки фотографии.

Знать: основные этапы развития фотографии, законы композиции фотографии.

Уметь: выбирать ретушь, осуществлять подготовку цифрового фотоматериала для использования его в цифровом поле.

Владеть: техникой и методикой подготовки и проведения фотосъёмки в соответствии с поставленными задачами.

**Аннотация дисциплины**

**«Креатив в современных цифровых мессенджерах»**

Цель дисциплины – формирование у студентов системы знаний, умений и практических навыков проектирования маркетингово-коммуникационного креатива в цифровых мессенджерах и социальных сетях, необходимых для подготовки высококвалифицированных специалистов, востребованных на рынке труда в условиях цифровой трансформации.

Задачи дисциплины:

1) изучить основные понятия и этапы проектирования маркетингово-коммуникационного креатива в современных социальных сетях, мобильных приложениях и мессенджерах; типологию, функции, свойства креатива;

2) познакомиться с концепцией маркетингово-эволюционного креатива и методами менеджмента креативной деятельности;

3) научиться разрабатывать технологические решения, применять креативные приёмы в рекламе и связях с общественностью.

4) выработать навыки составления креативных текстов, копирайтинга, слоганистики, нейминга, применения изобразительно выразительных средств.

Знать: основные технологии проектирования коммуникационного креатива.

Уметь: применять цифровые технологии в работе с различными целевыми группами.

Владеть: технологией создания креатива в онлайн среде.

Знать: особенности создания текстов рекламы и связей с общественностью в современной цифровой среде.

Уметь: создавать креативные основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании.

Владеть: навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.

**Аннотация дисциплины**

**«Искусственный интеллект в копирайтинге»**

Цель дисциплины – формирование у студентов системы знаний, умений и практических навыков, в области применения специализированных методик, интернет-сервисов и программ для создания текстов рекламы и связей с общественностью в цифровой среде, необходимых для подготовки высококвалифицированных специалистов, соответствующих передовым запросам работодателей в цифровой экономике.

Задачи дисциплины:

1) изучить теоретические основы копирайтинга как продукта информационного общества; познакомиться со стандартами и технологиями создания текстов; освоить современные методы анализа текста в интернете.

2) научиться анализировать и применять современные копирайтинговые технологии, проводить машинный анализ и моделирование текста на естественном языке; оценивать результаты своего труда;

3) выработать навыки выбора и применения инструментальных средств SEO-копирайтинга; получить навыки создания текстов рекламы и связей с общественностью.

Знать: особенности создания текстов рекламы и связей с общественностью.

Уметь: создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании.

Владеть: навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.

Знать: основы корпоративной социальной ответственности.

Уметь: разрабатывать коммуникационный продукт.

Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, опираясь на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности.

Знать: основные технологии копирайтинга.

Уметь: применять технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами.

Владеть: технологией копирайтинга в онлайн и офлайн среде.

**Аннотация дисциплины**

**«Защита данных и методы хранения информации**

**в цифровой рекламе и связях с общественностью»**

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины - дать теоретические и практические знания, умения и навыки полного жизненного цикла информации, представленной в цифровом виде, для дальнейшего использования данных практических знаний в деятельности организации, подготовить бакалавра, обладающего знаниями и профессиональными компетенциями, необходимыми для осуществления работы в современной цифровой информационной среде.

Задачи дисциплины:

1. Обучение современным подходам, формам и методам управления;

2. Знакомство с современными методами управления контентом;

3. Обучение работе с различными носителями информации,

4. Формирование навыков использования облачных технологий

5. Формирование навыков работы с программными сервисами хранения, структурирования и архивирования цифровой информации.

6. Подготовка профессионалов, способных на основе полученных знаний оперативно, обоснованно принимать решения по вопросам организации систем управления корпоративным контентом.

Знать: особенности установления эффективных рекламных коммуникаций в медиаиндустрии; особенности установления корпоративной социальной ответственности в медиаиндустрии; принципы, подходы, стратегии и факторы, нормы деятельности, направленной на создания и продвижение медиакоммуникационных систем.

Уметь: проводить анализ и формировать результаты коммуникационной среды; проводить анализ медиасреды и формировать результаты коммуникационной среды; планировать и проводить аналитические работы по формированию и продвижению современных интернет-медиа для получения обратной связи с целевыми группами.

Владеть: основными методами хранения, продвижения и анализа медиа в интернет-среде; основными методами продвижения и анализа медиа в интернет-среде.

Знать: принципы, подходы к хранению информации, созданию и редактированию контента;

Уметь: работать с компьютером как средством управления информацией, работать с информацией из различных источников, в том числе в глобальных компьютерных сетях.

Владеть: навыками применения основных технологий маркетинговых коммуникаций и способами хранения информации.

**Аннотация дисциплины**

**«Веб-дизайн в рекламе»**

Цель дисциплины – формирование у студентов системы знаний, умений и практических навыков в области рекламных технологий и веб-дизайна в рекламе, необходимых для подготовки высококвалифицированных специалистов, соответствующих передовым запросам работодателей в цифровой экономике.

Задачи дисциплины:

1. Сформировать у студентов общее представление о содержании и особенностях задач, решаемых дисциплиной «Веб-дизайн в рекламе»

2. Познакомить с теми требованиями, которые предъявляет современный рынок к рекламистам;

3. Дать представление о веб-рекламе как бизнес-процессе и об основных этапах этого процесса.

Знать: особенности установления эффективных рекламных коммуникаций в медиаиндустрии; особенности установления корпоративной социальной ответственности в медиаиндустрии; принципы, подходы, стратегии и факторы, нормы деятельности, направленной на создания и продвижение медиакоммуникационных систем.

Уметь: проводить анализ и формировать результаты коммуникационной среды; проводить анализ медиасреды и формировать результаты коммуникационной среды; планировать и проводить аналитические работы по формированию и продвижению современных интернет-медиа для получения обратной связи с целевыми группами.

Владеть: основными методами продвижения и анализа медиа в интернет-среде; основными методами продвижения и анализа медиа в интернет-среде, руководствуясь принципами социальной ответственности.

Знать: сущность базовых проблем в коммуникативном дизайне и методы их решения,

базовые положения искусствознания.

Уметь: адекватно воспринимать информацию, логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь, критически оценивать достоинства и недостатки, анализировать социально значимые проблемы.

Владеть: навыками постановки цели, способностью в устной и письменной речи логически оформить результаты мышления, навыками выработки мотивации к выполнению профессиональных задач.

**Аннотация дисциплины**

**«Разработка и технология производства**

**рекламного продукта: видеореклама»**

Цель дисциплины: дать студентам глубокие фундаментальные теоретические и практические знания, создать предпосылки творческого и креативного мышления, оптимизировать их деятельность с учетом последних достижений и передового опыта в области создания рекламного видеопродукта, в частности разработки его творческой концепции, художественного воплощения содержания в виде рекламных сообщений, включая их текстовую и визуальную составляющие с учетом социально-психологического воздействия видеорекламы, подготовить бакалавра, обладающего знаниями о процессах разработки и производства рекламного сообщения и профессиональными компетенциями, необходимыми для создания рекламного продукта

Задачи дисциплины:

1. Обучение современным подходам, формам и методам создания рекламного продукта;

2. Формирование у студентов креативного, творческого мышления, поиск нестандартных подходов к решению рекламных задач;

3. Обучение студентов практическим навыкам работы со специализированным программным обеспечением, командной работе и работе с творческим персоналом компании;

4. Формирование у студентов понимания степени моральной, этической и профессиональной ответственности за свои решения и действия;

5. дать представление о сущности производства рекламного продукта, месте и роли продакшн-студий в системе рекламного бизнеса;

6. сформировать представления об этапах, принципах и методах создания рекламного продукта в целом и его наиболее важных составных частях и видах;

7. Дать студентам знания и сформировать базовые навыки разработки концепций рекламного обращения для создания рекламных сообщений;

8. Научить основным подходам к творческому производству и к технологии разработки рекламного продукта;

9. Ознакомить студентов с принципами и методами художественного оформления рекламного продукта, приемами создания визуальных образов;

10. Ознакомить с набором средств коммуникативного воздействия, используемых в рекламе, и привить базовые навыки использования этих средств при создании рекламного продукта;

11. Сформировать у студентов представления о методологии работы по созданию шутинг- брифов для продкшн-студий;

12. Показать, как распределяются обязанности в процессе создания видеорекламы;

13. Определить основные категории, понятия, термины, которыми оперируют профессиональные режиссеры и операторы видео-рекламы;

14. Познакомить с основными формами и типами рекламных видеороликов и законами их создания;

15. Познакомить с мировым и отечественным опытом работы в области создания видеорекламы, с перспективными тенденциями развития этой части рекламного дела.

16. Подготовка профессионалов, способных на основе полученных знаний творчески, оперативно, обоснованно контролировать и принимать обоснованные решения по вопросам организации и реализации рекламной деятельности на стадии разработки и производства рекламного продукта.

Знать: теоретические основы разработки концепции рекламного обращения, принципы визуализации данных: принципы использования отдельных видов видеорекламы для решения конкретных целей, правила построения структуры и композиции рекламного сообщения; основы видеосъемки и монтажа.

Уметь: при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта использовать на принципы открытости и

корпоративной социальной ответственности, использовать принципы визуализации данных: правильно использовать отдельные виды видеорекламы для решения конкретных целей, применять в профессиональной деятельности современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.

Владеть: Основными принципами создания раскадровок и монтажа, навыками реализации коммуникационной стратегии, навыками применения современных технологий при производстве видеорекламы.

Знать: виды и формы видеорекламы; технологии ее изготовления; требования к содержанию, медиаметрические характеристики видеоканалов и правила размещения, методы оценки эффективности.

Уметь: составлять технические задания для разработки и создания видеорекламы, создавать медиаплан для размещения видеорекламы, подготавливать отчеты по результатам проведения кампаний, применять в профессиональной деятельности современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.

Владеть: навыками разработки качественных параметров и креативных решений для видеорекламы; навыками оценки эффективности видеорекламы.

**Аннотация дисциплины**

**«Разработка и технология производства**

**рекламного продукта: печатная реклама»**

Цель дисциплины - подготовить бакалавра, владеющего профессиональными компетенциями, необходимыми для осуществления разработки и производства печатного рекламного продукта через овладение теоретическими и практическими знаниями в области методики разработки и технологии создания печатного рекламного продукта.

Задачи дисциплины:

1. подготовить профессионалов, способных на основе полученных знаний творчески, оперативно, обоснованно принимать решения по вопросам разработки, реализации и дальнейшего использования печатной рекламы.
2. познакомить студентов с видами и технологиями производства печатного рекламного продукта;
3. сформировать у студентов понимание моральной, этической и профессиональной ответственности за свои решения и действия.

Знать: теоретические основы разработки концепции рекламного обращения, типы и виды рекламной печатной продукции; место и роль рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы в организации и проведении рекламных и PR-кампаний;

Уметь: создавать тексты с учетом специфики печатной рекламы и имеющегося мирового и отечественного опыта

Владеть:

Навыками организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках печатной рекламы

Знать: специфику печатной рекламы и разных типов СМИ и других медиа

Уметь: создавать информационные поводы в печатных СМИ для кампаний и проектов

Владеть: знаниями о мировом и отечественно опыте творческих решений в печатной рекламе

Знать:

технологии печатных процессов, полиграфические материалы и оборудование

Уметь:

использовать рекламную продукцию, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы в организации и проведении рекламных и PR-кампаний.

Владеть:

способностью организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы

**Аннотация дисциплины**

**«Интернет-коммуникации в цифровой среде»**

Цель дисциплины – получение студентами систематизированных знаний и практических навыков по использованию Интернета как канала коммуникации.

Задачи дисциплины:

• Определение роли и места Интернета в рекламе;

• Освоение понятийно-категориального аппарата и общественно-значимых достижений современных информационно-коммуникационных технологий;

• Умение применять Интернет в процессе получения информации;

• Умение применять Интернет-технологии в организации связей с общественностью;

• Развитие навыков использования информационных ресурсов компьютерных сетей и Интернет.

Знать: основы деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке РФ и любом другом иностранном языке, их видов; правила языкового речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения для самоорганизации при выполнении заданий, предусмотренных данном видом практики.

Уметь: использовать основные информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач, сформированных руководителем практики от организации для достижения профессиональных целей на государственном языке РФ и любом другом иностранном языке.

Владеть: навыками коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке РФ и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия в рамках практических заданий руководителя практики от организации по подготовке и проведению коммуникационной кампании и мероприятия.

Знать: современные потребности и запросы глобального, национального и регионального сообществ; методы создания и продвижения медиапродукции в онлайн и офлайн среде с учетом отражения социально значимых ценностей.

Уметь: собирать и анализировать данные по запросам и потребностям сообщества; создавать и продвигать коммуникационный продукт с учетом социально значимых ценностей.

Владеть: способностью к созданию медиапродукта с учетом потребностей и запросов глобального, национального и регионального сообществ с отражением определенных социально значимых ценностей.

Знать: принципы, подходы, стратегии и методы формирования деятельности, направленной на создания и продвижение продукции (услуг) компании в среде Интернет;

Уметь: осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами; готовить тексты рекламы.

проектировать технологии продвижения компании целевой аудитории и персоналу организации;

Владеть: основными методами продвижения и организации рекламной и PR деятельности направленной на укрепление имиджа и коммерческой эффективности работы компании;

Знать: особенности установления эффективных рекламных и PR коммуникаций с целевой аудиторией и персоналом организации;

Уметь: проводить анализ и формировать результаты коммуникационной среды, используя современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций.

Владеть: основными методами продвижения и организации рекламной и PR деятельности направленной на укрепление имиджа и коммерческой эффективности работы компании.

**Аннотация дисциплины**

**«Экономика коммуникационного агентства»**

Цель дисциплины – формирование у студентов системы знаний, умений и практических навыков, в области использования и применения аналитических методов анализа и оценки маркетинговой и рекламной деятельности коммуникационных агентств, необходимых для подготовки высококвалифицированных специалистов, соответствующих передовым запросам работодателей.

Задачи дисциплины:

1) изучить основные понятия и определения экономики коммуникационного агентства; основные экономические показатели и методы их расчета; издержки производства и обращения в маркетинговом и рекламном бизнесе; способы оплаты труда сотрудников рекламного бизнеса.

2) научиться применять теоретические знания в области экономики маркетинговой и рекламной деятельности при выполнении практических заданий; анализировать конкретные ситуации, выявлять проблемы и обозначать пути их решения; определять возможности и условия для использования в практической деятельности фирмы предлагаемых решений в интересах повышения эффективности ее функционирования в реальных рыночных условиях.

3) выработать навыки оценки экономических показателей; принятия решений в нестандартных ситуациях, а также способностью обосновывать выбранную маркетинговую и рекламную стратегию; оценки экономической эффективности рекламных и маркетинговых инструментов.

Знать: основные понятия и определения экономики маркетинговой и рекламной деятельности, особенности установления эффективных рекламных коммуникаций в медиаиндустрии; особенности установления корпоративной социальной ответственности в медиаиндустрии; принципы, подходы, стратегии и факторы, нормы деятельности, направленной на создания и продвижение медиакоммуникационных систем.

Уметь: применять теоретические знания в области экономики маркетинговой и рекламной деятельности при выполнении практических заданий; анализировать конкретные ситуации, выявлять проблемы и обозначать пути их решения, проводить анализ и формировать результаты коммуникационной среды; проводить анализ медиасреды и формировать результаты коммуникационной среды; планировать и проводить аналитические работы по формированию и продвижению современных интернет-медиа для получения обратной связи с целевыми группами.

Владеть: методами оценки экономической эффективности рекламных и маркетинговых инструментов, основными методами продвижения и анализа медиа в интернет-среде; основными методами продвижения и анализа медиа в интернет-среде, руководствуясь принципами социальной ответственности.

Знать: основы коммуникационной стратегии, базовые экономические показатели и методы их расчета.

Уметь: определять возможности и условия для использования в практической деятельности фирмы предлагаемых решений в интересах повышения эффективности ее функционирования в реальных рыночных условиях.

Владеть: навыками оценки экономических показателей; методами принятия решений в нестандартных ситуациях, а также способностью обосновывать выбранную маркетинговую и рекламную стратегию.

**Аннотация дисциплины**

**«Программное медиапланирование и технологии программирования»**

Цель дисциплины – получение базовых знаний по медиапланированию и их практическое применение для подготовки медиастратегии бренда в цифровой среде.

Задачи дисциплины: изучение ключевых понятий теории медиапланирования, этапов процесса планирования, особенностей медиапланирования в цифровых медиа и реализации диджитал инструментов в оффлайн среде; получение навыков отбора носителей рекламы с учетом целевой аудитории, составления медиаплана, проведения оценки его эффективности и оптимизации; приобретение умений работы со специализированным программным обеспечением (ПО) и индустриальными базами данных, используемыми в процессе медиапланирования.

Знать: особенности установления эффективных рекламных коммуникаций в медиаиндустрии; особенности установления корпоративной социальной ответственности в медиаиндустрии; принципы, подходы, стратегии и факторы, нормы деятельности, направленной на создания и продвижение медиакоммуникационных систем.

Уметь: проводить анализ и формировать результаты коммуникационной среды; проводить анализ медиасреды и формировать результаты коммуникационной среды; планировать и проводить аналитические работы по формированию и продвижению современных интернет-медиа для получения обратной связи с целевыми группами.

Владеть: основными методами продвижения и анализа медиа в интернет-среде; основными методами продвижения и анализа медиа в интернет-среде, руководствуясь принципами социальной ответственности.

Знать: методы стратегического и тактического планирования рекламной работы и деятельности по связям с общественностью,

экономические показатели рекламной кампании

Уметь: осуществлять поиск эффективных решений при создании и продвижении рекламного продукта / услуги; составлять и оптимизировать медиаплан с учетом установленного целеполагания

Владеть: современным инструментарием оценки эффективности медиаплана с учетом общей стратегии продвижения продукта / услуги в цифровой среде.

Знать: основные способы обработки, хранения и передачи информации и современные тенденции их развития;

основные методы проведения маркетинговых исследований, сегментации рынка и целевых сегментов; основы построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих процессы деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью

Уметь: применять знания о современных информационных технологиях, используемых в цифровом медиапланировании; анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы.

Владеть: приемами работы с современными пакетами прикладных программ, навыками использования современных технических средств и информационных технологий при подготовке медиастатегии.

**Аннотация дисциплины**

**«Мобильные коммуникации в цифровой рекламе»**

Цель дисциплины – формирование у студентов системы знаний, умений и практических навыков к мобильной коммуникации в цифровой рекламе, необходимых для подготовки высококвалифицированных специалистов, которые будут иметь теоретические и практические знания в области продвижения и рекламы.

Задачи дисциплины:

-овладеть необходимыми навыками для работы с SMM;

-познакомиться с особенностями работы в социальных медиа;

-освоить навыки разработки стратегии продвижения бренда в социальных медиа;

-развивать и продвигать страницы в самых популярных социальных сетях Вконтакте, Facebook, Instagram.

Знать:

Особенности развития социальных сетей; Возможности использования социальных сетей для продвижения брендов; Особенности использования таргетированной рекламы социальных сетях; Технологии таргетирования аудитории социальной сети; Специфику тематических и корпоративных сообществ в социальных сетях; Основы копирайтинга и оформления рекламных постов; Медиапланирование и бюджетирование в социальных сетях;

Уметь:

Формировать цели и задачи продвижения в социальных сетях; Подбирать необходимые инструменты продвижения в социальных сетях в зависимости от цели коммуникационной компании; Разрабатывать стратегии продвижения бренда в социальных сетях; Осуществлять сегментацию и сбор целевой аудитории; Анализировать аудитории сообщества; Администрировать тематическое сообщество;

Владеть:

Специальной терминологией; Навыками проведения коммуникационной кампании в социальных сетях; Методами анализа эффективности социальных сетей; Инструментами настройки таргетированной рекламы; Механикой ведения корпоративного сообщества в социальной сети; Методикой оценки привлекательности площадок.

Знать:

Особенности использования таргетированной рекламы социальных сетях

Технологии таргетирования аудитории социальной сети

Уметь:

Осуществлять сегментацию и сбор целевой аудитории

Анализировать аудитории сообщества

Администрировать тематическое сообщество

Владеть

Специальной терминологией

Методами анализа эффективности социальных сетей

Инструментами настройки таргетированной рекламы

**Аннотация дисциплины**

**«Цифровые технологии внутренних коммуникаций»**

Цель дисциплины – формирование у обучающихся базового комплекса знаний, умений и навыков, необходимых для построения эффективных внутренних коммуникаций в компании, как со штатными, так и с удаленными сотрудниками, а также особенностью коммуникаций при построении системы корпоративного обучения.

Задачи дисциплины

* Знакомство с техническими возможностями современных интранет-порталов для построения единой цифровой среды работы и коммуникаций сотрудников.
* Освоение студентами основ настройки различных цепочек коммуникаций на примере интранет-портала Битрикс24.
* Знакомство с техническими возможностями систем управления корпоративным обучением и особенностью построения коммуникаций.

Знать: IT-системы для построения единой цифровой коммуникационной среды компании;

Уметь: пользоваться инструментами интернет-портала (на примере Битрикс24 и аналогичных систем) и выбирать каналы коммуникаций для решения различных задач;

Владеть: представлением об основных этапах и принципах создания эффективной цифровой среды коммуникаций в компании и особенностях организации коммуникаций при обучении сотрудников.

Знать: основные принципы организации внутренних коммуникаций;

Уметь: пользоваться инструментами внутренних коммуникаций;

Владеть: правилами этикета, корпоративной культуры и управления тайм-менеджментом при выстраивании коммуникаций как со штатными, так и с удаленными сотрудниками.

**Аннотация дисциплины**

**«Основы профессиональной деятельности»**

**Цель дисциплины** – раскрыть сущность и содержание профессиональной подготовки студентов по направлению «Реклама и связи с общественностью», сформировать основные принципы будущей профессиональной деятельности, ключевые компетенции, функции и задачи профессиональной практики специалиста в области рекламы и связей с общественностью.

**Задачи дисциплины**:

1. показать специфику деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью (РСО);
2. сформировать практические навыки и умения в сфере РСО;
3. дать наиболее полное представление о будущей профессии, видах профессиональной деятельности и карьеры в сфере РСО;
4. раскрыть место и роль рекламы и связей с общественностью в современной жизни общества, обосновать значимость профессии;
5. проследить исторические периоды становления и развития теории и практики рекламы и связей с общественностью;
6. показать особенности и специфику различных профессий в сфере рекламы и связей с общественностью;
7. рассмотреть основные задачи, которые решают специалисты в сфере рекламы и связей с общественностью;
8. раскрытьособенности и специфику различных инструментов рекламы и связей с общественностью.

Уметь: использовать современные информционно-коммуникационные методы сбора, обработки и анализа данных с целью создания медиапродуктов и технологий для их дальнейшего продвижения; находить и использовать достоверную информацию в рамках ведения профессиональной деятельности.

Владеть: способностью поиска и представления медиапродукта; навыками выработки технологий продвижения медиапродукта до потенциального потребителя;

навыками составления.

ПК 4. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности. ПК 4.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы;

ПК 4.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и

корпоративной социальной ответственности.

знать: теоретические и методологические основы сферы РСО; особенности дисциплины; специфику различных видов профессиональной деятельности (маркетингово-рекламной; рекламно-управленческой; рекламно-производственной; рекламно-информационной; аналитической и др.);

уметь: понимать тенденции развития и перспективные направления в сфере РСО; проводить анализ вторичных источников в сфере РСО; определять основы рекламной политики в сфере РСО; изучать тенденции развития рынка и сферы РСО;

владеть: современными методами и инструментальными средствами в сфере РСО; методами изучения рекламных целей; навыками разработки рекламного брифа.

знать: специфику различных видов профессиональной деятельности;

уметь:понимать тенденции развития и перспективные направления в сфере коммуникаций;

проводить анализ вторичных источников в сфере коммуникаций;

владеть:современными методами и инструментальными средствами в сфере коммуникаций.

**Аннотация дисциплины**

**«Введение в коммуникационные специальности»**

**Цель дисциплины** – раскрыть сущность и содержание профессиональной подготовки студентов в коммуникационных специальностях, сформировать коммуникативную профессиональную интеллектуальную установку, основные принципы будущей профессиональной деятельности, ключевые компетенции специалиста в области коммуникаций.

**Задачи дисциплины**:

1. показать специфику деятельности в сфере коммуникаций;
2. сформировать практические навыки и умения в сфере коммуникаций;
3. дать наиболее полное представление о будущей профессии, видах профессиональной деятельности и карьеры в сфере коммуникаций;
4. раскрыть место и роль коммуникаций в современной жизни общества, обосновать значимость профессии;
5. проследить исторические периоды становления и развития теории и практики коммуникаций;
6. показать особенности и специфику различных профессий в сфере коммуникаций;
7. рассмотреть основные задачи, которые решают специалисты в сфере коммуникаций;
8. раскрытьособенности и специфику различных инструментов коммуникаций.

Знать: основные способы сбора, обработки, анализа данных с целью формирования основы профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

Уметь: использовать современные информционно-коммуникационные методы сбора, обработки и анализа данных с целью создания медиапродуктов и технологий для их дальнейшего продвижения; находить и использовать достоверную информацию в рамках ведения профессиональной деятельности.

Владеть: способностью поиска и представления медиапродукта; навыками выработки технологий продвижения медиапродукта до потенциального потребителя;

навыками составления.

знать:

- специфику различных видов профессиональной деятельности;

уметь:

- понимать тенденции развития и перспективные направления в сфере коммуникаций;

- проводить анализ вторичных источников в сфере коммуникаций;

владеть:

- современными методами и инструментальными средствами в сфере коммуникаций.

**Аннотация дисциплины**

**«Адаптация к профессиональной деятельности»**

**Цель дисциплины** – 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.

Знать:

- 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.

- 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;

Владеть:

- способами поиска необходимой информации для эффективной организации учебной и будущей профессиональной деятельности.

Знать:

- классификации профессий, трудности и типичные ошибки при выборе профессии;

- классификацию профессий и предъявляемых профессией требований к психологическим особенностям человека, его здоровью;

Уметь:

- использовать приобретенные знания и умения в различных жизненных и профессиональных ситуациях;

- использовать полученные знания при консультировании и психологическом просвещении субъектов образовательного процесса.

Владеть:

- простейшими способами и приемами управления собственными психическими состояниями;

- способами поиска необходимой информации для эффективной организации учебной и будущей профессиональной деятельности.

**Аннотация дисциплины**

**«Адаптивные информационно-коммуникационные**

**технологии в профессиональной деятельности»**

**Цель дисциплины** – 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 дисциплины**:

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

Знать: основные способы сбора, обработки, анализа данных с целью формирования основы профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

Уметь: использовать современные информционно-коммуникационные методы сбора, обработки и анализа данных с целью создания медиапродуктов и технологий для их дальнейшего продвижения; находить и использовать достоверную информацию в рамках ведения профессиональной деятельности.

Владеть: способностью поиска и представления медиапродукта; навыками выработки технологий продвижения медиапродукта до потенциального потребителя;

навыками составления.

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, специфику различных видов профессиональной деятельности;

уметь:

- понимать тенденции развития ИКТ и перспективные направления в сфере коммуникаций;

- проводить анализ вторичных источников в сфере коммуникаций;

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.

**Аннотация дисциплины**

**«Наружная и внутренняя реклама»**

Цель и задачи дисциплины *(модуля)*

*Цель дисциплины:* подготовить выпускника, способного организовать и обеспечить производство и размещение наружной рекламы и стандартной рекламы внутри помещений (Наружная и внутренняя реклама), выполняя маркетинговые, проектные и организационные задачи.

*Задачи:* сформировать понимание места и значения наружной и внутренней рекламы в рекламной деятельности; изучить виды и технологии создания наружной и внутренней рекламы; освоить принципы ее разработки и правила размещения; освоить методы оценки эффективности.

Знать: особенности текстов для разных каналов коммуникации и мировой опыт при их создании

Уметь: учитывать специфику канала коммуникации при создании текстов рекламы и связей с общественностью

Владеть: методами создания текстов для различных каналов коммуникаций, апробированными в мировой практике.

Знать: особенности установления эффективных рекламных коммуникаций в медиаиндустрии; особенности установления корпоративной социальной ответственности в медиаиндустрии; принципы, подходы, стратегии и факторы, нормы деятельности, направленной на создания и продвижение медиакоммуникационных систем.

Уметь: проводить анализ и формировать результаты коммуникационной среды; проводить анализ медиасреды и формировать результаты коммуникационной среды; планировать и проводить аналитические работы по формированию и продвижению современных интернет-медиа для получения обратной связи с целевыми группами.

Владеть: основными методами продвижения и анализа медиа в интернет-среде; основными методами продвижения и анализа медиа в интернет-среде, руководствуясь принципами социальной ответственности.

Знать виды и формы наружной и внутренней рекламы; основные технологии ее изготовления; требования к содержанию, медиаметрические характеристики инвентаря и правила размещения наружной и внутренней рекламы, методы оценки эффективности.

Уметь составлять технические задания для разработки и создания наружной и внутренней рекламы, создавать медиаплан для размещения наружной и внутренней рекламы, подготавливать отчеты по результатам проведения кампаний наружной и внутренней рекламы.

Владеть навыками разработки качественных параметров (KPI) креативных решений для наружной и внутренней рекламы; навыками оценки эффективности различных видов и форм наружной и внутренней рекламы.

Знать: принципы, подходы, по созданию и редактированию контента;

Уметь: осуществлять контроль за наполнением сайта; анализировать технологии продвижения медиакомпании целевой аудитории

Владеть:

Методами продвижения, правовыми и этическими нормами, регулирующими развитие интернет-медиа

**Аннотация дисциплины**

**«Радиореклама»**

*Цель дисциплины:* подготовить выпускника, способного организовать и обеспечить производство и размещение радиорекламы.

*Задачи:* сформировать понимание места и значение радиорекламы в рекламной деятельности; изучить виды и технологии создания радиорекламы; освоить принципы ее разработки и правила размещения; освоить методы оценки эффективности радиорекламы.

Знать: особенности текстов для разных каналов коммуникации и мировой опыт при их создании

Уметь: учитывать специфику канала коммуникации при создании текстов рекламы и связей с общественностью

Владеть: методами создания текстов для различных каналов коммуникаций, апробированными в мировой практике.

Знать: особенности установления эффективных рекламных коммуникаций в медиаиндустрии; особенности установления корпоративной социальной ответственности в медиаиндустрии; принципы, подходы, стратегии и факторы, нормы деятельности, направленной на создания и продвижение медиакоммуникационных систем.

Уметь: проводить анализ и формировать результаты коммуникационной среды; проводить анализ медиасреды и формировать результаты коммуникационной среды; планировать и проводить аналитические работы по формированию и продвижению современных интернет-медиа для получения обратной связи с целевыми группами.

Владеть: основными методами продвижения и анализа медиа в интернет-среде; основными методами продвижения и анализа медиа в интернет-среде, руководствуясь принципами социальной ответственности.

Знать: виды и формы радиорекламы; технологии ее изготовления; требования к содержанию, медиаметрические характеристики радиоканалов и правила размещения, методы оценки эффективности.

Уметь: составлять технические задания для разработки и создания радиорекламы, создавать медиаплан для размещения радиорекламы, подготавливать отчеты по результатам проведения кампаний на радио.

Владеть: навыками разработки качественных параметров (KPI) креативных решений для радиорекламы; навыками оценки эффективности радиорекламы.

**Аннотация дисциплины**

**«Создание и поддержка сайта»**

Цель дисциплины – формирование у студентов системы знаний, умений и практических навыков, в области создания и поддержки сайта, необходимых для подготовки высококвалифицированных специалистов, соответствующих передовым запросам работодателей в цифровой экономике.

Задачи дисциплины:

1) изучить теоретические основы создания сайта, разработки и размещения информации, управления содержимым сайта, учётными записями пользователей на базе системы управления контентом (CMS);

2) Научиться работать с материалами сайта, делать публикации записей, управлять рубрикам, создавать страницы.

3) научиться устанавливать и настраивать темы оформления сайта, использовать виджеты, устанавливать и использовать плагины.

4) выработать навыки настройки сервера и публикации сайта в сети интернет.

Знать: способы создания и поддержки сайта, особенности установления эффективных рекламных коммуникаций в медиаиндустрии; особенности установления корпоративной социальной ответственности в медиаиндустрии; принципы, подходы, стратегии и факторы, нормы деятельности, направленной на создания и продвижение медиакоммуникационных систем.

Уметь: проводить анализ эффективности работы сайта, формировать результаты коммуникационной среды; проводить анализ медиасреды и формировать результаты коммуникационной среды; планировать и проводить аналитические работы по формированию и продвижению современных интернет-медиа для получения обратной связи с целевыми группами.

Владеть: основными методами продвижения и анализа медиа в интернет-среде, с учетом требований к безопасности данных; основными методами продвижения и анализа медиа в интернет-среде, руководствуясь принципами социальной ответственности.

Знать: возможности систем управления контентом для решения прикладных задач в области рекламы и связей с общественностью.

Уметь: использовать инструменты управления сайтом: делать публикации, управлять рубриками, создавать страницы; настраивать темы оформления сайта, использовать виджеты, устанавливать и использовать плагины, управлять содержимым сайта, учетными записями пользователей.

Владеть: практическими навыками управления данными, включая различные преобразования данных; настраивать сервер и публикации сайта в сети интернет.

**Аннотация дисциплины**

**«Коммуникации в социальных сетях»**

Цель дисциплины - формирование у бакалавров практических навыков по продвижению компании в социальных сетях.

Задачи дисциплины

-овладеть необходимыми навыками для работы с SMM;

-познакомиться с особенностями работы в социальных сетях;

-освоить навыки разработки стратегии продвижения бренда в социальных сетях;

-развивать и продвигать страницы в самых популярных социальных сетях Вконтакте, Facebook.

Знать: принципы, подходы, стратегии и методы формирования деятельности, направленной на создания и продвижение основных технологий копирайтинга в онлайн среде;

приемы и методы управления работы с целевой аудиторией, подготовке офлайн и онлайн материала для различных сегментов рынка.

Уметь: разрабатывать стратегии коммуникационных действия направленных на продвижение компании в интернет-среде; готовить тексты рекламы проектировать технологии продвижения фирмы для различной целевой аудитории и персоналу организации; проводить анализ и формировать результаты коммуникационной среды.

Владеть: основными методами работы с аудиторией в социальных сетях для рекламной и PR деятельности направленной на укрепление имиджа компании; коммуникационными аспектами формирования потребительского мнения в социальных сетях.

Знать: сущность, содержание, цели, принципы и функции создания и продвижения компании в социальных сетях

Уметь: применять технические средства и технологические программы для работы с аудиторией в социальных сетях

Владеть: специальной терминологией; принципами и методами работы с цифровыми технологиями в социальных сетях.

**Аннотация дисциплины**

**«Реклама в мировой культуре»**

Цель дисциплины – подготовка студентов к определению роли рекламы в формировании и содержании современной мировой культуры.

Задачи дисциплины:

• Исследование рекламы в контексте культурологического анализа.

• Выявление роли рекламной коммуникации в формировании современной картины мира.

• Характеристика современных научных подходов к осмыслению и изучению рекламы как продукта истории и культуры.

Знать: значение рекламы в контексте культурологического анализа; различия и особенности рекламных коммуникаций в разных культурах, особенности установления эффективных рекламных коммуникаций в медиаиндустрии; особенности установления корпоративной социальной ответственности в медиаиндустрии; принципы, подходы, стратегии и факторы, нормы деятельности, направленной на создания и продвижение медиакоммуникационных систем.

Уметь: создавать документы для эффективной коммуникации планировать рекламные и коммуникационные кампании, опираясь на знания рекламных коммуникаций в разных культурах, формировать результаты коммуникационной среды; планировать и проводить аналитические работы по формированию и продвижению современных интернет-медиа для получения обратной связи с целевыми группами.

Владеть: коммуникативными компетенциями для эффективной коммуникации, основными методами продвижения и анализа медиа.

**Аннотация дисциплины**

**«Мастерство публичной речи (на английском языке)»**

***Цель дисциплины***– дать студенту системное представление о публичной речи, заложить основы его становления как профессиональной языковой личности и обучить профессиональному владению публичной речью с учетом этических, социолингвистических и психолингвистических аспектов общения. Курс читается на английском языке.

***Задачи***обучения формулируются в соответствии со структурой дисциплины, включающей:

- изучение основных понятий дисциплины, углубление представлений о механизме публичной речи;

- обучение нормам публичной речи;

- совершенствование навыков чтения, письма, слушания и (публичного) говорения;

- обучение рече - поведенческим аспектам публичной речи.

Знать: принципы составления текстов разного стиля; речевые тактики разной коммуникативной направленности; речевые стратегии убеждения и переубеждения; принципы формулирования публичного высказывания и ведения профессионального диалога.

Уметь: использовать языковые средства в соответствии с целью и ситуацией общения; выявлять такие достоинства прочитанного (услышанного) выступления как точность, интенциональность и воздейственность (на примере рекламных и других персуазивных текстов); корректно реагировать на релевантные (и нерелевантные) доводы и аргументы партнёра по коммуникации; применять на практике правила структурирования и соотнесения логических частей самостоятельного монологического высказывания; высказывать свою точку зрения, используя канонические (этос, пафос, логос) и неканонические стратегии убеждения и переубеждения партнёра по коммуникации.

Владеть: нормами публичной речи; навыками рационального чтения, слушания и (публичного) говорения; методикой подготовки и исполнения устного выступления; умениями тестировать речевое поведение спикера в заданной коммуникативной ситуации.

Знать: особенности установления эффективных рекламных коммуникаций в медиаиндустрии; особенности установления корпоративной социальной ответственности в медиаиндустрии; принципы, подходы, стратегии и факторы, нормы деятельности, направленной на создания и продвижение медиакоммуникационных систем.

Уметь: проводить анализ и формировать результаты коммуникационной среды; проводить анализ медиасреды и формировать результаты коммуникационной среды; планировать и проводить аналитические работы по формированию и продвижению современных интернет-медиа для получения обратной связи с целевыми группами.

Владеть: основными методами продвижения и анализа медиа в интернет-среде; основными методами продвижения и анализа медиа в интернет-среде, руководствуясь принципами социальной ответственности.

**Аннотация дисциплины**

**«Аналитика в современных медиа»**

**Цель дисциплины** – получение студентами систематизированных знаний и практических навыков в области аналитики современных новых медиа.

**Задачи дисциплины**:

* Определение роли и места новых медиа в рекламе;
* Освоение основных типологических моделей текстов в современных медиаресурсах
* Умение применять аналитические инструменты интернет-среды в процессе получения информации;
* Умение применять Интернет-технологии в организации связей с общественностью;
* Развитие навыков использования прикладных аналитических ресурсов для анализа медиа в Интернет

Знать: методы управления взаимодействия с текстами рекламы и связей с общественностью.

Уметь: писать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации глобального, национального и регионального уровней.

Владеть: навыками разработки медиатекстов в соответствии с международным и отечественным опытом с учетом специфики каналов коммуникации.

Знать: особенности установления эффективных рекламных коммуникаций в медиаиндустрии; особенности установления корпоративной социальной ответственности в медиаиндустрии; принципы, подходы, стратегии и факторы, нормы деятельности, направленной на создания и продвижение медиакоммуникационных систем.

Уметь: проводить анализ и формировать результаты коммуникационной среды; проводить анализ медиасреды и формировать результаты коммуникационной среды; планировать и проводить аналитические работы по формированию и продвижению современных интернет-медиа для получения обратной связи с целевыми группами.

Владеть: основными методами продвижения и анализа медиа в интернет-среде; основными методами продвижения и анализа медиа в интернет-среде, руководствуясь принципами социальной ответственности.

Знать: принципы, подходы, по созданию и редактированию контента;

Уметь: осуществлять контроль за наполнением сайта; анализировать технологии продвижения медиакомпании целевой аудитории

Владеть:

Методами продвижения, правовыми и этическими нормами, регулирующими развитие интернет-медиа.

**Аннотация дисциплины**

**«Веб-аналитика в рекламе и связях с общественностью»**

Цель дисциплины – формирование у студентов системы знаний, умений и практических навыков, в области веб-аналитики в рекламе и связях с общественностью, применения специализированных методик, интернет-сервисов и программ для анализа данных, необходимых для подготовки высококвалифицированных специалистов, соответствующих передовым запросам работодателей в цифровой экономике.

Задачи дисциплины:

1) изучить теоретические основы веб-аналитики в рекламе; познакомиться со стандартами, технологиями и интернет-сервисами анализа данных; освоить современные методы анализа сайтов в интернете.

2) научиться анализировать и применять современные аналитические сервисы, проводить анализ эффективности работы сайта; оценивать результаты своего труда;

3) выработать навыки выбора и применения инструментальных средств веб-аналитики; получить навыки использования сервисов анализа данных для задач рекламы и связей с общественностью.

Знать: основные параметры и показатели аналитических сервисов, принципы подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами знаковых систем.

Уметь: отличать особенности модулей аналитики, медиапродуктов, коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.

Владеть: инструментами подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов.

Знать: особенности установления эффективных рекламных коммуникаций в медиаиндустрии; особенности установления корпоративной социальной ответственности в медиаиндустрии; принципы, подходы, стратегии и факторы, нормы деятельности, направленной на создания и продвижение медиакоммуникационных систем.

Уметь: проводить анализ и формировать результаты коммуникационной среды; проводить анализ медиасреды и формировать результаты коммуникационной среды; планировать и проводить аналитические работы по формированию и продвижению современных интернет-медиа для получения обратной связи с целевыми группами.

Владеть: основными методами продвижения и анализа медиа в интернет-среде; основными методами продвижения и анализа медиа в интернет-среде, руководствуясь принципами социальной ответственности.

Знать: принципы, подходы, по созданию и редактированию контента;

Уметь: осуществлять контроль за наполнением сайта; анализировать технологии продвижения медиакомпании целевой аудитории

Владеть:

Методами продвижения, правовыми и этическими нормами, регулирующими развитие интернет-медиа.

**Аннотация дисциплины**

**«Коммуникации в кризисных ситуациях»**

**Цель дисциплины:** формирование у студентов целостного представления о современных коммуникационных технологиях, применяемых в российской и международной практике, изучение тенденций развития коммуникационного рынка и технологий кризисных коммуникаций, освоение эффективного инструментария для продвижения интересов политических, корпоративных и потребительских брендов в условиях коммуникационного кризиса. Курс призван формировать систему взглядов на современную коммуникационную деятельность и перспективы ее развития.

**Предмет** - теоретические и методологические основы коммуникации в ситуации кризиса в различных отраслях и сферах деятельности.

**Задачи:**

* вооружить будущих специалистов знаниями и практическими навыками работы современного специалиста по коммуникациям в кризисе;
* уметь прогнозировать, оценивать кризисные явления, а также планировать антикризисные мероприятия;
* анализ основных аспектов массовой коммуникации в современном информационном пространстве;
* ознакомление с профессиональными и этическими требованиями к работе специалиста по коммуникациям в кризисе;
* развитие навыков творческого мышления, умение прогнозировать развитие социальных и коммуникативных процессов, решения конкретных задач с помощью современных технологий антикризисных коммуникаций.

Знать: основы коммуникации в кризисной ситуации, особенности создания текстов рекламы и связей с общественностью с учётом ситуации.

Уметь: осуществлять поиск информации, создавать тексты для специальных событий и мероприятий.

Владеть: навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта и проблемной ситуации.

Знать: основные функции, задачи, направления деятельности менеджера по коммуникациям в кризисной ситуации; принципы организации и специфику антикризисной коммуникационной кампании в коммерческом секторе, государственных структурах, общественно-политических организациях; теоретические и методологические основы моделирования кризисных кампаний в различных сферах политической, экономической и социальной деятельности;место и роль коммуникации в развитии современного общества;

Уметь:

применять полученные базовые знания на практике; анализировать информационно-коммуникативное пространство; разрабатывать антикризисную стратегию.

Владеть:

организацией и планированием коммуникационной деятельностью в компании; применения различных форм и методов подготовки и подачи массовой информации в зависимости от кризисной ситуации и потребительской аудитории; умение использовать различные средства из арсенала практики антикризисного управления в своей профессиональной деятельности.

Знать: концептуальные основы копирайтинга в области массовых коммуникаций и связей с общественностью; содержание и суть деятельности в области коммерческих коммуникаций.

Уметь: обосновать роль и место средств массовой коммуникации в развитии рекламного дела и связей с общественностью, использовать технические средства и технологии цифровых коммуникаций.

Владеть: специальной терминологией в области рекламы и массовых коммуникаций; принципами и методами оценки стратегических и тактических решений классических задач в области массовых коммуникаций с применением технических средств.

**Аннотация дисциплины**

**«Брендинг в рекламе»**

**Цель дисциплины** – подготовить бакалавра, обладающего знаниями о механизме создания, позиционирования и продвижении брендов, формирования марочного капитала, о роли бренда в системе маркетинговой деятельности и профессиональными компетенциями, необходимыми для бренд-менеджмента.

**Задачи дисциплины**:

* сформулировать понятийный аппарат, необходимый для изучения дисциплины «Брендинг в рекламе»;
* обосновать роль и место бренда в стратегическом планировании современной компании;
* изучить цели и задачи бренд-менеджмента;
* рассмотреть принципы и методы оценки эффективности мероприятий брендинга.

Знать: основы коммуникации в кризисной ситуации, особенности создания текстов рекламы и связей с общественностью с учётом ситуации.

Уметь: осуществлять поиск информации, создавать тексты для специальных событий и мероприятий.

Владеть: навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта и проблемной ситуации.

Знать: принципы, подходы, стратегии и методы формирования деятельности, направленной на создания и продвижение основных технологий копирайтинга в онлайн среде;

приемы и методы управления работы с целевой аудиторией, подготовке офлайн и онлайн материала для различных сегментов рынка.

Уметь: разрабатывать стратегии коммуникационных действия направленных на продвижение компании в интернет-среде; готовить тексты рекламы проектировать технологии продвижения фирмы для различной целевой аудитории и персоналу организации; проводить анализ и формировать результаты коммуникационной среды.

Владеть: основными методами работы с аудиторией в социальных сетях для рекламной и PR деятельности направленной на укрепление имиджа компании; коммуникационными аспектами формирования потребительского мнения в социальных сетях.

Знать: основные функции, задачи, направления деятельности менеджера по коммуникациям в кризисной ситуации; принципы организации и специфику антикризисной коммуникационной кампании в коммерческом секторе, государственных структурах, общественно-политических организациях; теоретические и методологические основы моделирования кризисных кампаний в различных сферах политической, экономической и социальной деятельности;место и роль коммуникации в развитии современного общества;

Уметь:

применять полученные базовые знания на практике; анализировать информационно-коммуникативное пространство; разрабатывать антикризисную стратегию.

Владеть:

организацией и планированием коммуникационной деятельностью в компании; применения различных форм и методов подготовки и подачи массовой информации в зависимости от кризисной ситуации и потребительской аудитории; умение использовать различные средства из арсенала практики антикризисного управления в своей профессиональной деятельности.

Знать: концептуальные основы копирайтинга в области массовых коммуникаций и связей с общественностью; содержание и суть деятельности в области коммерческих коммуникаций.

Уметь: обосновать роль и место средств массовой коммуникации в развитии рекламного дела и связей с общественностью, использовать технические средства и технологии цифровых коммуникаций.

Владеть: специальной терминологией в области рекламы и массовых коммуникаций; принципами и методами оценки стратегических и тактических решений классических задач в области массовых коммуникаций с применением технических средств.