

Аннотации рабочих программ учебных дисциплин

Направление / специальность: **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Направленность (профиль) / специализация: **Реклама и связи с общественностью в организации**

Уровень образования: **бакалавриат**

Год начала подготовки: **2017**

Оглавление

Б1.Б.01 Введение в специальность	2
Б1.Б.02 Правоведение	3
Б1.Б.03 Основы связей с общественностью	3
Б1.Б.04 Математика	4
Б1.Б.05 Основы фото- и видеосъемки	4
Б1.Б.06 Физическая культура и спорт	5
Б1.Б.07 Экономическая теория	5
Б1.Б.08 Иностранный язык	6
Б1.Б.09 История	7
Б1.Б.10 Безопасность жизнедеятельности	8
Б1.Б.11 Русский язык и культура речи	8
Б1.Б.12 Социология	9
Б1.Б.13 Информатика	9
Б1.Б.14 Основы рекламы	10
Б1.Б.15 Основы теории коммуникации	10
Б1.Б.16 Социология массовых коммуникаций	10
Б1.Б.17 Теория и практика массовой информации	11
Б1.Б.18 Речевое воздействие в рекламе и связях с общественностью	11
Б1.Б.19 Основы менеджмента	12
Б1.Б.20 Философия	12
Б1.Б.21 Внутрикорпоративные коммуникации	13
Б1.Б.22 Методика и техника проведения исследований в рекламе и связях с общественностью	13
Б1.Б.23 Основы маркетинга	14
Б1.Б.24 Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов	14
Б1.Б.25 Обработка и анализ информации маркетинговых исследований	15
Б1.Б.26 Правовое регулирование в рекламе и связях с общественностью	15
Б1.Б.27 Антикризисный PR	16
Б1.Б.28 Экономика рекламы и связей с общественностью	16
Б1.Б.29 Маркетинговые исследования	17
Б1.Б.30 Графический дизайн	17
Б1.Б.31 Управление интегрированными коммуникациями	18
Б1.Б.32 Тайм-менеджмент	18
Б1.Б.33 Контент-анализ в рекламе и связях с общественностью	19
Б1.Б.34 Имиджология и репутационный менеджмент	19
Б1.Б.35 Основы медиапланирования	19
Б1.Б.36 Технологии производства рекламного продукта	20
Б1.Б.37 Брендинг	20
Б1.Б.38 Корпоративная социальная ответственность	21
Б1.Б.39 Организация и проведение кампаний в рекламе и связях с общественностью	21
Б1.Б.40 Технологии продаж	22
Б1.Б.41 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	22
Б1.Б.42 Психология маркетинговых коммуникаций	22
Б1.Б.43 Интернет-реклама	23

Б1.Б.44 Составление текстов в рекламе и связях с общественностью	23
Б1.В.01 Журналистика.....	24
Б1.В.02 Телевизионная журналистика	24
Б1.В.03 Спичрайтинг	24
Б1.В.04 Интернет-маркетинг и электронная коммерция	25
Б1.В.05 Медиарилейшенз.....	25
Б1.В.06 Коммуникативно-прагматический анализ и моделирование текста.....	26
Б1.В.07 Event-маркетинг	26
Б1.В.08 Корпоративная айдентика	26
Б1.В.09 Технологии презентации	27
Б1.В.10 Рекламное стимулирование торговой деятельности	27
Б1.В.11 Бенчмаркинг	28
Б1.В.12 Мобильный маркетинг	28
Б1.В.13 Рекламные технологии прямого и сетевого маркетинга.....	28
Б1.В.ДВ.01.01 Семиотика.....	29
Б1.В.ДВ.01.02 Рекламный менеджмент	29
Б1.В.ДВ.02.01 Реклама и связи с общественностью в различных сферах	29
Б1.В.ДВ.02.02 PR-технологии	30
Б1.В.ДВ.03.01 BTL-практикум	30
Б1.В.ДВ.03.02 Дизайн и рекламные инструменты	31
Б1.В.ДВ.04.01 Медиация в профессиональной деятельности	31
Б1.В.ДВ.04.02 Маркетинговые коммуникации.....	31
Б1.В.ДВ.05.01 GR-технологии.....	32
Б1.В.ДВ.05.02 Социальная реклама	32
Б1.В.ДВ.06.01 Современная пресс-служба.....	32
Б1.В.ДВ.06.02 Рекламное дело	33
Б1.В.ДВ.07.01 Выставочное дело	33
Б1.В.ДВ.07.02 Фирменный стиль организации.....	34
Б1.В.ДВ.08 Элективные дисциплины по физической культуре и спорту	34
Б2.В.01(У) Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности	35
Б2.В.02(П) Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.....	35
Б2.В.03(П) Организационно-управленческая практика	35
Б2.В.04(П) Научно-исследовательская работа	36
Б2.В.05(Пд) Преддипломная практика	36
Б3.Б.01(Г) Государственный экзамен	37
Б3.Б.02(Д) Защита выпускной квалификационной работы	37
ФТД.01 Организация самостоятельной работы	38
ФТД.02 Логика и теория аргументации в рекламе и связях с общественностью	38

Б1.Б.01 Введение в специальность

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 1.

Форма промежуточного контроля: экзамен.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОК-7 способностью к самоорганизации и самообразованию

Тематический план:

- Раздел 1. Реклама и связи с общественностью как сфера деятельности
- Тема 1.1. Предмет, цель и задачи курса «Введение в специальность»
- Тема 1.2. Основы интегрированных коммуникаций
- Тема 1.3. Современный специалист по рекламе и связям с общественностью
- Раздел 2. Связи с общественностью как область профессиональной деятельности
- Тема 2.1. История становления и развития связей с общественностью
- Тема 2.2. Регулирование деятельности по связям с общественностью.
- Раздел 3. Реклама как область профессиональной деятельности
- Тема 3.1. Понятие рекламы и ее роль в современном обществе
- Тема 3.2. История развития рекламной коммуникации
- Тема 3.3. Основные виды рекламы и вспомогательные рекламные средства
- Тема 3.4. Планирование и проведение интегрированных рекламных кампаний

Б1.Б.02 Правоведение

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 144

в зачетных единицах – 4

Семестр освоения: 1.

Форма промежуточного контроля: экзамен.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОК-4 способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности

Тематический план:

- Раздел 1. Основы права и государства России
- Тема 1.1. Понятие, признаки, функции и формы государства
- Тема 1.2. Разделение государственной власти в РФ
- Тема 1.3. Право: понятие, функции. Источники права, система права, правовая норма
- Раздел 2. Основы гражданского права
- Тема 2.1. Гражданское право: предмет, метод, принципы и система
- Тема 2.2. Некоторые типичные субъекты и объекты гражданского права
- Тема 2.3. Гражданско-правовая сущность сделок
- Тема 2.4. Понятие сроков и исковой давности в гражданском праве
- Тема 2.5. Право собственности и иные вещные права
- Тема 2.6. Сущность гражданско-правовых обязательств
- Тема 2.7. Договорные обязательства: договор купли-продажи, договор аренды, договор подряда.
- Раздел 3. Основы трудового права
- Тема 3.1. Трудовой договор

Б1.Б.03 Основы связей с общественностью

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 216

в зачетных единицах – 6

Семестр освоения: 1.

Форма промежуточного контроля: курсовая работа, экзамен.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

Тематический план:

- Тема 1. Предмет, цель и задачи дисциплины «Основы связей с общественностью»

- Тема 2. Связи с общественностью как социальный феномен
- Тема 3. СМИ как основной канал воздействия PR-технологий
- Тема 4. Формы подачи новостных материалов и организация PR-коммуникаций
- Тема 5. PR-кампания: методология и технология
- Тема 6. Управление имиджем
- Тема 7. Связи с общественностью в политике
- Тема 8. Социальный PR
- Тема 9. PR-деятельность в Интернет

Б1.Б.04 Математика

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 144

в зачетных единицах – 4

Семестр освоения: 1.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОК-7 способностью к самоорганизации и самообразованию

Тематический план:

Раздел 1. Линейная алгебра.

Тема 1.1. Матрицы.

Тема 1.2. Система линейных уравнений.

Раздел 2. Элементы аналитической геометрии на плоскости.

Тема 2.1. Векторная алгебра.

Тема 2.2. Аналитическая геометрия на плоскости.

Раздел 3. Введение в математический анализ.

Тема 3.1. Элементы теории множеств.

Тема 3.2. Предел функции.

Тема 3.3. Непрерывность функций.

Раздел 4. Дифференциальное исчисление функций одной переменной.

Тема 4.1. Производная функции.

Тема 4.2. Исследование функции с помощью дифференциального исчисления.

Раздел 5. Интегральное исчисление функций одной переменной.

Тема 5.1. Неопределенный интеграл.

Тема 5.2. Определенный интеграл.

Б1.Б.05 Основы фото- и видеосъемки

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

Семестр освоения: 1.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

Тематический план:

Раздел 1. Введение в фотодело

Тема 1.1. Устройство современного фотоаппарата

Тема 1.2. Экспозиция

Раздел 2. Технологические аспекты создания фотоизображения

Тема 2.1. Свет в фотографии

Тема 2.2. Композиция и психология восприятия.

Тема 2.3. Обработка цифровых фотографий.

Раздел 3. Создание видеопродукции

Тема 3.1 Основы создания видео.

Тема 3.2. Съёмочный процесс.

Б1.Б.06 Физическая культура и спорт

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 1.

Форма промежуточного контроля: зачет.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОК-8 способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

Тематический план:

Раздел 1. Теоретический

Тема 1.1. Теоретические основы физической культуры.

Тема: 1.2. Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов. История развития самбо в России и мире.

Тема: 1.3. Анатомия и физиология человека. Влияние физической культуры на организм

Тема: 1.4. Здоровый образ жизни и средства физической культуры в регулировании работоспособности

Раздел 2 Методико-практический

Тема: 2.1. Методика эффективных и экономичных способов овладения жизненно важными умениями и навыками (плавание).

Тема: 2.2. Простейшие методики самооценки работоспособности, усталости, утомления и применения средств физической культуры для их направленной коррекции.

Тема: 2.3. Методика составления индивидуальных программ физического самовоспитания и занятий оздоровительно, рекреационной и восстановительной направленности.

Тема: 2.4. Основы методики самомассажа.

Тема: 2.5. Методика корригирующей гимнастики для глаз.

Тема: 2.6. Методика составления и проведения простейших самостоятельных занятий физическими упражнениями гигиенической и тренировочной направленности.

Тема: 2.7. Методы оценки и коррекции осанки и телосложения.

Тема: 2.8. Методы самоконтроля состояния здоровья и физического развития.

Тема: 2.9. Методика самоконтроля за функциональным состоянием организма.

Тема: 2.10. Методика проведения учебно-тренировочного занятия.

Тема: 2.11. Методы самооценки специальной физической и спортивной подготовленности по избранному виду спорта.

Тема: 2.12. Методика индивидуального подхода и применения средств для направленного развития отдельных физических качеств.

Тема: 2.13. Методы регулирования психоэмоционального состояния на занятиях физическими упражнениями и спортом.

Тема: 2.14. Средства и методы релаксации в спорте.

Тема: 2.15. Методика самостоятельного освоения отдельных элементов профессионально-прикладной физической подготовки.

Тема: 2.16. Методика проведения производственной гимнастики с учетом заданных условий и характера труда.

Б1.Б.07 Экономическая теория

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 216

в зачетных единицах – 6

Семестр освоения: 1,2.

Форма промежуточного контроля: зачет, экзамен.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОК-3 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности

Тематический план:

Раздел 1. Введение в экономическую теорию

Тема 1.1. Экономическая теория: предмет и метод

Тема 1.2. Собственность и экономические системы общества

Тема 1.3. Основы рыночной экономики

Раздел 2. Микроэкономика

Тема 2.1. Свободный рынок и механизм его функционирования

Тема 2.2. Закономерности потребительского поведения

Тема 2.3. Производство и издержки

Тема 2.4. Производство и ценообразование в различных рыночных структурах

Тема 2.5. Рынки факторов производства и формирование факторных доходов

Раздел 3. Макроэкономика

Тема 3.1. Национальная экономика: основные показатели и структура

Тема 3.2. Равновесие национальной экономики

Тема 3.3. Экономический рост

Тема 3.4. Макроэкономическая нестабильность: циклы, безработица и инфляция

Тема 3.5. Государственный бюджет и финансовая политика государства.

Тема 3.6. Денежный рынок. Денежно-кредитная система и политика

Тема 3.7. Социальная политика государства

Тема 3.8. Государственное регулирование национальной экономики

Б1.Б.08 Иностранный язык

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 360

в зачетных единицах – 10

Семестр освоения: 1,2,3.

Форма промежуточного контроля: зачет, зачет, экзамен.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

Тематический план:

Раздел 1. Человек и его окружение

Тема 1.1. Представление себя и других

Тема 1.2. Описание внешности и деловых качеств человека

Тема 1.3. Работа в команде

Раздел 2. Развитие современного общества

Тема 2.1. Изобретения, изменившие жизнь человека

Тема 2.2. Новые технологии общения

Тема 2.3. Виртуальный и реальный мир

Раздел 3. Межкультурная коммуникация

Тема 3.1. Иностранный язык как средство межкультурного общения

Тема 3.2. Деловой этикет стран изучаемого языка

Тема 3.3. Проблема ассимиляции в иной культурной среде

Раздел 4. Международные деловые контакты

Тема 4.1. Планирование деловой поездки

Тема 4.2. Пребывание за границей
Тема 4.3. Ведение переговоров
Раздел 5. Возможности
Тема 5.1. Составляющие успеха
Тема 5.2. Истории успеха
Тема 5.3. Амбиции и возможности
Раздел 6. Первые шаги в карьере
Тема 6.1. Требования, предъявляемые к современному специалисту
Тема 6.2. Трудоустройство
Тема 6.3. Новые формы занятости

Б1.Б.09 История

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 144

в зачетных единицах – 4

Семестр освоения: 2.

Форма промежуточного контроля: экзамен.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

ОК-7 способностью к самоорганизации и самообразованию

Тематический план:

Тема 1. Введение. История – область знаний и гуманитарная наука.

Раздел I. От Древности к Средневековью. Становление российской государственности (IX–середина XVI вв.).

Тема 2. Славяне в древности: происхождение, расселение на территории Европы, социально-экономическая, духовная, политическая жизнь (этногенез).

Тема 3. Теории происхождения и основные этапы истории древнерусского государства.

Тема 4. Феодалная (удельная) раздробленность.

Тема 5. Специфика процесса централизации единого русского государства.

Раздел II. Политический перелом. Движение от сословно-представительной монархии к абсолютизму (середина XVI – рубеж XVII–XVIII вв.).

Тема 6. Необходимость укрепления российской государственности в середине XVI в. Реформы Ивана Грозного.

Тема 7. Смута как всесторонний кризис государственности.

Тема 8. Трансформация политической системы в XVII в.

Раздел III. Новое время. История России периода империи (XVIII–начало XX вв.).

Тема 9. Россия на рубеже XVII–XVIII вв. Модернизация Петра I.

Тема 10. «Просвещённый абсолютизм» и его особенности в России.

Тема 11. Кризис самодержавно-крепостнической системы, необходимость радикальных изменений. Реформы и контрреформы.

Тема 12. Общественно-политические движения.

Тема 13. Эпоха революционных потрясений.

Раздел IV. Новейшая история. Эпоха советской и постсоветской модернизации (XX–начало XXI вв.).

Тема 14. Становление советской власти. Социально-экономические и политические трансформации в период между мировыми войнами.

Тема 15. Великая Отечественная война.

Тема 16. Застой и Перестройка: нарастание кризисных явлений, попытки осуществления экономических и политических реформ.

Тема 17. Россия на пути новой модернизации.

Б1.Б.10 Безопасность жизнедеятельности

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 2.

Форма промежуточного контроля: зачет.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОК-9 готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий

Тематический план:

Раздел 1. Защита населения от опасностей в чрезвычайных ситуациях

Тема 1.1. Безопасность жизнедеятельности. Основные понятия и определения

Тема 1.2. Российская система предупреждения и ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций (РСЧС)

Тема 1.3. Аварии на ядерно-опасных объектах

Раздел 2 Основы экстремальной медицины (медицина катастроф)

Тема 2.1 Открытые повреждения – раны

Тема 2.2. Кровотечения. Острое малокровие

Тема 2.3. Переломы костей. Транспортная иммобилизация Травматический шок

Тема 2.4. Ожоги. Отморожения. Электрические травмы. Утопление

Тема 2.5. Закрытые повреждения

Тема 2.6. Основы реанимации

Б1.Б.11 Русский язык и культура речи

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 2.

Форма промежуточного контроля: зачет.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

ОК-7 способностью к самоорганизации и самообразованию

Тематический план:

Раздел 1. Теоретические основы культуры речи

Тема 1.1. Понятие культуры речи

Тема 1.2. Нормативный компонент культуры речи

Тема 1.3. Коммуникативный и этический компоненты культуры речи

Раздел 2 Нормы современного русского литературного языка

Тема 2.1. Современный русский литературный язык как система

Тема 2.2. Орфоэпия и культура речи

Тема 2.3. Лексика, фразеология и культура речи

Тема 2.4. Грамматика и культура речи

Тема 2.5. Словари и справочники русского языка

Раздел 3. Стилистика русского языка

Тема 3.1. Система функциональных стилей современного русского литературного языка

Тема 3.2. Научный стиль

Тема 3.3. Официально-деловой стиль

Тема 3.4. Публицистический стиль

Б1.Б.12 Социология

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 144

в зачетных единицах – 4

Семестр освоения: 2.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

ОК-7 способностью к самоорганизации и самообразованию

Тематический план:

Раздел 1. Социология как наука

Тема 1.1 Объект и предмет социологии, ее функции и значение в современном обществе.

Тема 1.2 Основные макросоциологические и микросоциологические парадигмы классической социологии. Методы сбора и анализа социологической информации

Раздел 2. Общество как социальная система

Тема 2.1.Общество как социальная система. Социальная структура общества

Тема 2.2.Основные социальные институты общества. Социальные изменения: основные понятия и концепции

Раздел 3. Личность как объект социологического анализа

Тема 3.1. Личность как объект социологического анализа

Тема 3.2.Социальная типология личности

Раздел 4. Культура как социальное явление

Тема 4.1.Структура и содержание культуры

Тема 4.2.Культурное многообразие. Культурное своеобразие России

Раздел 5. Социальные организации

Тема 5.1.Понятие, социальные свойства организаций. Типология социальных организаций

Тема 5.2.Основы профессиональной и межличностной коммуникации в организации.

Конфликты в организации.

Б1.Б.13 Информатика

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 144

в зачетных единицах – 4

Семестр освоения: 2.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

Тематический план:

Тема 1. Предмет «Информатика». Основные понятия информатики, виды информации и свойства

Тема 2. Кодирование информации

Тема 3. Технические и программные средства реализации информационных процессов

Тема 4. Работа с информацией в Интернете

Тема 5. Основы защиты информации

Тема 6. Автоматизация обработки документов

Б1.Б.14 Основы рекламы

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 180

в зачетных единицах – 5

Семестр освоения: 3.

Форма промежуточного контроля: курсовая работа, экзамен.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

ОПК-5 умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия

Тематический план:

Раздел 1. Теоретические основы и история развития рекламы как вида деятельности

Тема 1.1. Реклама в системе общественных отношений

Тема 1.2. История развития рекламы в России и за рубежом

Тема 1.3. Социально-психологические основы рекламы

Тема 1.4. Рекламное обращение

Раздел 2. Средства распространения рекламы

Тема 2.1. Новые и нестандартные виды рекламы

Тема 2.2. Цифровая (digital) реклама

Тема 2.3. Вспомогательные рекламные средства

Тема 2.4. Международная реклама

Раздел 3. Управление рекламной деятельностью

Тема 3.1. Разработка рекламной кампании

Тема 3.2. Контроль рекламной деятельности

Тема 3.3. Оценка эффективности рекламной деятельности

Б1.Б.15 Основы теории коммуникации

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 144

в зачетных единицах – 4

Семестр освоения: 3.

Форма промежуточного контроля: экзамен.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

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

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

Тематический план:

Тема 1. Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина

Тема 2. Исторические вехи возникновения и развития социальной коммуникации

Тема 3. Уровни, формы и виды социальной коммуникации

Тема 4. Характеристика коммуникативного процесса

Тема 5. Личность в системе коммуникации

Тема 6. Семиотический методологический подход к коммуникации

Тема 7. Эффективность коммуникации

Тема 8. Основные парадигмы и теории социальной коммуникации

Б1.Б.16 Социология массовых коммуникаций

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 144

в зачетных единицах – 4

Семестр освоения: 3.

Форма промежуточного контроля: экзамен.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

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

Тематический план:

Раздел 1. Массовые коммуникации как предмет научного анализа

Тема 1. Предмет и объект социологии массовых коммуникаций

Тема 2. История изучения массовых коммуникаций

Раздел 2. Массовые коммуникации: структурно-функциональный подход

Тема 3. Возникновение массовых коммуникаций в обществе

Тема 4. Массовые коммуникации как социальная подсистема

Тема 5. СМК и власть

Тема 6. СМК как вид бизнеса

Тема 7. Общественное мнение и массовые коммуникации

Б1.Б.17 Теория и практика массовой информации

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 144

в зачетных единицах – 4

Семестр освоения: 3.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

Тематический план:

Раздел 1. Теоретические основы изучения массовой информации

Тема 1.1. Журналистика и общество: современный аспект взаимодействия

Тема 1.2. Современная система средств массовой информации

Тема 1.3. Менеджмент и маркетинг в редакционной деятельности

Раздел 2. Практические аспекты журналистской деятельности

Тема 2.1. Особенности журналистского творчества

Тема 2.2. Технические средства в процессе журналистского творчества

Б1.Б.18 Речевое воздействие в рекламе и связях с общественностью

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

Семестр освоения: 3.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОПК-3 обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга
Тематический план:

Тема 1. Общая характеристика речевого воздействия

Тема 2. Методы речевого воздействия в рекламе

Тема 3. Проблемы и принципы убеждающей коммуникации

Тема 4. Принципы создания эффективных рекламных текстов

Б1.Б.19 Основы менеджмента

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 180

в зачетных единицах – 5

Семестр освоения: 3,4.

Форма промежуточного контроля: зачет, экзамен.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОК-3 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности

ПК-6 способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации

Тематический план:

Раздел 1. Введение в теорию менеджмента

Тема 1 Сущность и содержание понятия «менеджмент»

Тема 2 Организация как система

Тема 3 Внутренняя и внешняя среда организации

Раздел 2. Функции управления

Тема 4 Планирование как функция менеджмента

Тема 5 Функция организации

Тема 6 Организационные структуры управления. Делегирование полномочий

Тема 7 Функция мотивации

Тема 8 Функция контроля

Раздел 3. Организационные процессы в управлении

Тема 9 Коммуникации в менеджменте

Тема 10 Процесс принятия управленческих решений

Раздел 4. Руководство в теории менеджмента

Тема 11 Функции руководителей

Тема 12 Власть и лидерство

Тема 13 Объект и предмет конфликта

Тема 14 Организационная культура

Тема 15 Организационные изменения

Тема 16 Деловая этика

Тема 17 Социальная ответственность организации

Б1.Б.20 Философия

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 144

в зачетных единицах – 4

Семестр освоения: 4.

Форма промежуточного контроля: экзамен.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОК-1 способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции

ОК-7 способностью к самоорганизации и самообразованию

Тематический план:

Раздел 1. Природа философского знания

Тема 1.1. Возникновение философии. От мифа к Логосу

Тема 1.2. Специфика философского знания

Тема 1.3. Предмет философии как методологическая проблема

Раздел 2. История философии

Тема 2.1. Ранняя, средняя и высокая греческая классика

Тема 2.2. Философия эллинизма и римского периодов

Тема 2.3. Философия европейского средневековья

Тема 2.4. Философия эпохи Возрождения

Тема 2.5. Философия Нового времени

Тема 2.6. Немецкая классическая философия

Тема 2.7. Постклассическая философия XIX- начала XX в.

Тема 2.8. Современная западная философия

Тема 2.9. Русская философия XIX-XX вв.

Раздел 3. Онтология. Теория познания. Философия науки

Тема 3.1. Онтология

Тема 3.2. Теория познания

Тема 3.3. Философия науки

Раздел 4. Социальная философия

Тема 4.1. Предмет социальной философии. Специфика социального знания. Социальная организация общества

Тема 4.2. Философская антропология

Тема 4.3. Проблема общественного прогресса в социальной философии и истории социальной мысли

Б1.Б.21 Внутрикorporативные коммуникации

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

Семестр освоения: 4.

Форма промежуточного контроля: экзамен.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

ПК-3 владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами

Тематический план:

Тема 1. Внутрикorporативные коммуникации: каналы, инструменты и основные направления

Тема 2. Формирование корпоративной культуры как одно из направлений внутрикorporативных коммуникаций

Тема 3. Внутрикorporативные коммуникации, связанные с управлением персоналом

Тема 4. Внутрикorporативные коммуникации, связанные с организацией оплаты труда

Тема 5. Внутрикorporативные коммуникации, связанные с организацией труда работников и повышению эффективности их труда

Тема 6. Межличностные и деловые коммуникации

Б1.Б.22 Методика и техника проведения исследований в рекламе и связях с общественностью

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 144

в зачетных единицах – 4

Семестр освоения: 4.

Форма промежуточного контроля: курсовая работа, экзамен.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

ПК-9 способностью проводить маркетинговые исследования

ПК-10 способностью организовывать и проводить социологические исследования

ПК-11 способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов

Тематический план:

1. Рекламные и PR-исследования: их назначение, виды и характеристика

2. Программа рекламного и PR-исследования

3. Количественный и качественный подходы к сбору информации в рекламных и PR-исследованиях

4. Количественные методы в рекламных и PR-исследованиях

5. Качественные методы в рекламных и PR-исследованиях

6. Подготовка и представление научного отчета по результатам рекламных и PR-исследований

Б1.Б.23 Основы маркетинга

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

Семестр освоения: 4.

Форма промежуточного контроля: зачет.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОК-3 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности

Тематический план:

Раздел 1. Сущность маркетинга и его основные приемы

Тема 1.1. Понятие и основные принципы маркетинга

Тема 1.2. Эволюция развития маркетинга

Тема 1.3. Сегментация рынка и позиционирование товара

Раздел 2. Комплекс маркетинга

Тема 2.1. Товар и товарная политика в маркетинге

Тема 2.2. Ценообразование в маркетинге.

Тема 2.3. Система распределения и товародвижения

Тема 3.4. Маркетинговые коммуникации

Раздел 3. Управление маркетинговой деятельностью в организации

Тема 3.1. Планирование в маркетинге

Тема 3.2. Структура маркетинговой среды как источника информации для принятия маркетинговых решений

Б1.Б.24 Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 4.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

Тематический план:

Тема 1. Функциональная стилистика

Тема 2. Практическая стилистика

Тема 3. Литературное редактирование

Б1.Б.25 Обработка и анализ информации маркетинговых исследований

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 4.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

ПК-9 способностью проводить маркетинговые исследования

ПК-11 способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов

Тематический план:

Тема 1. Подготовка к анализу данных. Описательная статистика.

Тема 2. Анализ взаимосвязей переменных.

Тема 3. Анализ взаимосвязей качественных и количественных переменных.

Тема 4. Использование моделей регрессионного анализа.

Тема 5. Исследование структуры данных с помощью факторного анализа.

Тема 6. Кластерный анализ данных.

Б1.Б.26 Правовое регулирование в рекламе и связях с общественностью

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 4.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОК-4 способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности

Тематический план:

Тема 1. Законодательное обеспечение деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

Конституционно-правовые основы рекламы и связей с общественностью. Право граждан на информацию и его ограничение. Международно-правовые основы рекламы и связей с общественностью. Соотношение международных стандартов и конституционных принципов. Гражданско-правовое и административно-правовое регулирование рекламы и связей с общественностью: законодательство, механизм, вопросы соотношения. Специальное регулирование в сфере рекламы.

Тема 2. Правовой статус субъектов, осуществляющих деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью.

Правовой статус организаций, предоставляющих услуги в сфере рекламы: права, обязанности, запреты, ограничения. Право граждан и организаций рекламировать свою деятельность: особенность реализации, запреты и ограничения. Связи с общественностью как вид деятельности: права и обязанности в указанной сфере, запреты и ограничения.

Тема 3. Административный надзор в сфере рекламы.

Органы, осуществляющие административный надзор в сфере рекламы: система, структура правового статуса. Компетенция ФАС России и органов ФАС России в сфере рекламы.

Правовое обеспечение проверок законности осуществления деятельности в сфере рекламы: плановые, внеплановые проверки, документарные и выездные проверки.

Тема 4. Правовой режим рекламы и правовой режим информации при осуществлении связей с общественностью.

Реклама как предмет правового регулирования. Понятие и виды рекламы, особенности правового регулирования. Информация как предмет правового регулирования: понятие, виды информации, запреты и ограничения в информационной сфере. Специфика правового регулирования деятельности, обеспечивающей связи с общественностью.

Тема 5. Юридическая ответственность в сфере рекламы и связей с общественностью.

Виды юридической ответственности в сфере рекламы и связей с общественностью.

Уголовная ответственность, административная ответственность, дисциплинарная ответственность. Реализация юридической ответственности в сфере рекламы и связей с общественностью.

Б1.Б.27 Антикризисный PR

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 5.

Форма промежуточного контроля: зачет.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-1 способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

Тематический план:

Тема 1. Сущность кризиса

Тема 2 Антикризисный PR в условиях подготовки к кризису

Тема 3. Антикризисный PR в условиях кризиса

Тема 4. Антикризисный PR в конфликтных ситуациях

Тема 5. Антикризисный PR в процедурах банкротства

Б1.Б.28 Экономика рекламы и связей с общественностью

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 5.

Форма промежуточного контроля: зачет.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОК-3 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности

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

Тематический план:

- Тема 1. Сфера рекламы и связей с общественностью в рыночной экономике
 Тема 2. Предприятие – основное звено в рыночной экономике
 Тема 3. Планирование деятельности предприятий рекламы и связей с общественностью
 Тема 4. Основной и оборотный капитал предприятия сферы рекламы и связей с общественностью
 Тема 5. Издержки производства и себестоимость рекламной продукции и услуг. Ценообразование на рынке рекламных услуг
 Тема 6. Прибыль и рентабельность. Финансовые ресурсы предприятий.
 Тема 7. Составление рекламного бюджета. Оценка эффективности рекламы

Б1.Б.29 Маркетинговые исследования

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 180

в зачетных единицах – 5

Семестр освоения: 5.

Форма промежуточного контроля: курсовая работа, экзамен.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

ПК-9 способностью проводить маркетинговые исследования

ПК-10 способностью организовывать и проводить социологические исследования

ПК-11 способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов

Тематический план:

Раздел 1. Методология маркетинговых исследований

Тема 1.1. Маркетинговые исследования: их необходимость, классификация и этапы

Тема 1.2. Программа маркетингового исследования: разделы и требования к ее построению

Тема 1.3. Характеристика основных видов маркетинговых исследований

Тема 1.4. Методологические вопросы маркетинговых исследований

Раздел 2. Методы маркетинговых исследований

Тема 2.1. Методы количественных маркетинговых исследований

Тема 2.2. Методы качественных маркетинговых исследований

Тема 2.3. Методы количественно-качественных маркетинговых исследований

Тема 2.4. Анализ и обработка данных маркетинговых исследований

Б1.Б.30 Графический дизайн

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

Семестр освоения: 5.

Форма промежуточного контроля: экзамен.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

Тематический план:

Тема 1. Понятие и сущность дизайна

Тема 2. Понятие формы

- Тема 3. Понятие симметрия, асимметрия, нюанс, контраст, тождество
- Тема 4. Информативность формы. Комбинаторное формообразование
- Тема 5. Визуальный язык
- Тема 6. Особенности развития архитектуры и дизайна
- Тема 7. Графическое представление информации
- Тема 8. Основы теории цвета. Теория цветовой гармонии. Символика цвета
- Тема 9. Типографика
- Тема 10. Особенности дизайна наружной рекламы

Б1.Б.31 Управление интегрированными коммуникациями

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 5.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОПК-5 умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия

Тематический план:

- Тема 1. Коммуникационный процесс
- Тема 2. Структура комплекса маркетинговых коммуникаций
- Тема 3. Стратегические решения в коммуникационной политике организаций
- Тема 4. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций
- Тема 5. Паблик рилейшнз в системе маркетинговых коммуникаций
- Тема 6. Стимулирование сбыта в системе маркетинговых коммуникаций
- Тема 7. Прямой маркетинг
- Тема 8. Личные продажи
- Тема 9. Фирменный стиль, бренд и брендинг
- Тема 10. Выставки и ярмарки
- Тема 11. Нестандартные виды маркетинговых коммуникаций
- Тема 12. Интегрированный подход к маркетинговым коммуникациям
- Тема 13. Планирование и оценка эффективности маркетинговых коммуникаций

Б1.Б.32 Тайм-менеджмент

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 36

в зачетных единицах – 1

Семестр освоения: 5.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОК-7 способностью к самоорганизации и самообразованию

ПК-2 владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы

Тематический план:

- Тема 1. Сущность и содержание системы тайм-менеджмента. Время в деятельности менеджера и принципы его эффективного использования.
- Тема 2. Принятие решений о приоритетах в тайм-менеджменте. Планирование личной карьеры менеджера и роль тайм-менеджмента в данном процессе.
- Тема 3. Методы рационализации времени современного менеджера, их характеристика и их роль в повышении эффективности деятельности организации. Делегирование полномочий и тайм-менеджмент.

Тема 4. Тайм-менеджмент как важный инструмент организационного развития
Корпоративный тайм-менеджмент, перспективы развития.

Б1.Б.33 Контент-анализ в рекламе и связях с общественностью

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 6.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

ПК-9 способностью проводить маркетинговые исследования

Тематический план:

Тема 1. Анализ документов в социальных исследованиях

Тема 2. Понятие, история, сферы применения, типы контент-анализа

Тема 3. Логика построения программы исследования методом контент-анализа

Тема 4. Процедура контент-анализа

Б1.Б.34 Имиджелогия и репутационный менеджмент

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 6.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

ПК-1 способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

Тематический план:

Раздел 1 Место внутреннего маркетинга в обеспечении эффективной деятельности предприятия

Тема 1. Концепция внутреннего маркетинга

Тема 2. Комплекс внутреннего маркетинга

Раздел 2 Внутренние целевые аудитории

Тема 3. Сегментация внутренних целевых аудиторий

Тема 4. Определение мотивационных стратегий для конкретных целевых аудиторий.

Раздел 3 Каналы и инструменты внутренних коммуникаций

Тема 5. Интегрированные маркетинговые коммуникации: комплексность и выбор.

Тема 6. Прямые (персонифицированные) коммуникации, диджитал коммуникации и new media

Б1.Б.35 Основы медиапланирования

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 180

в зачетных единицах – 5

Семестр освоения: 6.

Форма промежуточного контроля: курсовая работа, экзамен.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОПК-5 умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия

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

Тематический план:

Тема 1. Медиапланирование в рекламной кампании

Тема 2. Средства распространения рекламы

Тема 3. Целевая аудитория и рекламоносители

Тема 4. Специфика потребления информации современной аудиторией

Тема 5. Стратегия и тактика медиапланирования

Тема 6. Расчет бюджета рекламной кампании

Тема 7. Исследования аудитории СМК

Тема 8. Особенности изучения теле-, радиоаудитории

Б1.Б.36 Технологии производства рекламного продукта

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 144

в зачетных единицах – 4

Семестр освоения: 6.

Форма промежуточного контроля: экзамен.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

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

Тематический план:

Тема 1. Введение. ТПРП как учебная дисциплина

Тема 2. Когнитивные аспекты воздействия в рекламе

Тема 3. Эмоциональный и поведенческий аспект воздействия в рекламе

Тема 4. Семиотика в рекламе

Тема 5. Теории рекламы

Тема 6. Креатив в рекламе

Тема 7. Технологии производства рекламной полиграфии

Тема 8. Технологии производства рекламного продукта для электронных СМИ

Тема 9. Технологии производства рекламного продукта для нетрадиционных носителей

Тема 10. Технология наглядного представления информации

Б1.Б.37 Брендинг

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 7.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОК-4 способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности

ПК-1 способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью,

проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

Тематический план:

Тема 1. Имидж, идентификация и элементы бренда

Тема 2. Классификации брендов и правовое обеспечение брендов

Тема 3. Процесс управления брендом

Тема 4. Архитектура брендов, портфель брендов и его виды

Тема 5. Создание бренда и позиционирование бренда

Тема 6. Характеристики сложившегося бренда

Б1.Б.38 Корпоративная социальная ответственность

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 7.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

ПК-6 способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации

Тематический план:

Тема 1. Теоретические основы корпоративной социальной ответственности

Тема 2. Направления и инструменты корпоративной социальной политики

Тема 3. Макрорегуляторы социального развития предприятий

Тема 4. Внутренний и внешний контекст корпоративной социальной политики

Тема 5. Развитие корпоративной социальной политики в России и за рубежом

Тема 6. Оценка и эффективность корпоративной социальной политики. Социальный аудит и отчетность

Б1.Б.39 Организация и проведение кампаний в рекламе и связях с общественностью

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 144

в зачетных единицах – 4

Семестр освоения: 7.

Форма промежуточного контроля: курсовая работа, экзамен.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОК-7 способностью к самоорганизации и самообразованию

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

Тематический план:

Раздел 1. Теоретические аспекты рекламной и PR-деятельности.

Тема 1. Рекламная кампания: понятие, виды и цели. PR-кампания: понятие, виды и цели

Тема 2. Классификационные подходы и структура кампании в РСО

Раздел 2. Этапы планирования реализации кампании в РСО

Тема 3. Аналитический этап кампаний в рекламе и связях с общественностью.

Тема 4. Этап стратегического планирования кампаний в рекламе и связях с общественностью.

Тема 5. Этап тактического планирования кампаний в рекламе и связях с общественностью.

Тема 6. Практическая реализация кампаний в рекламе и связях с общественностью.

Б1.Б.40 Технологии продаж

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 144

в зачетных единицах – 4

Семестр освоения: 7.

Форма промежуточного контроля: экзамен.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОК-3 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности

ПК-1 способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

Тематический план:

Тема 1. Маркетинговый аспект продажи

Тема 2. Коммуникационные и психологические аспекты продажи

Тема 3. Организационная структура отдела продаж

Тема 4. Построение бизнес-процесса продаж

Тема 5. Основные этапы продажи

Тема 6. Презентация в продаже и стратегии работы с возражениями клиента

Тема 7. Работа с проблемными клиентами в процессе продаж

Тема 8. Нейролингвистическое программирование (НЛП) в системе продаж

Б1.Б.41 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 8.

Форма промежуточного контроля: зачет.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

Тематический план:

Раздел 1. Функционально-организационные принципы построения отдела по связям с общественностью

Тема 1.1. Целесообразность, функции и задачи отдела по рекламе и связям с общественностью в структуре предприятия

Тема 1.2. Особенности организации работы отделов по связям с общественностью в различных сферах

Тема 1.3. Основы правового саморегулирования рекламно-коммуникационной деятельности.

Раздел 2. Функционально-организационные принципы построения рекламного отдела в организации

Тема 2.1. Целесообразность, функции и задачи отдела по рекламе структуре предприятия.

Тема 2.2. Привлечение рекламных и PR-агентств к реализации коммуникационной политики организации

Раздел 3. Оценка эффективности работы отдела по рекламе и связям с общественностью

Тема 3.1. Оценка эффективности работы отдела по связям с общественностью

Тема 3.2. Оценка эффективности рекламной деятельности предприятия

Б1.Б.42 Психология маркетинговых коммуникаций

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 8.

Форма промежуточного контроля: экзамен.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОПК-5 умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия

Тематический план:

Тема 1. Общепсихологические модели и реклама.

Тема 2. Психология восприятия рекламы

Тема 3. Эмоционально-рациональный баланс рекламного обращения.

Тема 4. Анализ мотивов и его использование в рекламе

Тема 5. Психологическое воздействие на потребителя и его механизмы

Тема 6 Проблема психологической экспертизы рекламы и оценка ее эффективности.

Б1.Б.43 Интернет-реклама

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 144

в зачетных единицах – 4

Семестр освоения: 5.

Форма промежуточного контроля: экзамен.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

Тематический план:

Раздел 1. Введение в интернет-рекламу

Тема 1.1. Особенности маркетинговых коммуникаций в Интернете

Тема 1.2. Поисковое продвижение

Тема 1.3. Контекстная реклама

Тема 1.4. Медийная реклама

Тема 1.5. Продвижение в интернет-сообществах

Раздел 2. Управление эффективностью интернет-рекламы

Тема 2.1. Введение в веб-аналитику

Тема 2.2. Определение целевой интернет-аудитории

Тема 2.3. Выбор рекламных инструментов

Тема 2.4. Таргетирование интернет-рекламы

Тема 2.5. Конструирование страниц приземления с рекламы

Тема 2.6. Мониторинг Интернета

Раздел 3. Управление эффективностью интернет-рекламы

Тема 3.1. Процесс веб-производства

Тема 3.2. Взаимодействие с субъектами рынка веб-производства

Тема 3.3. Взаимодействие с субъектами рынка интернет-рекламы

Б1.Б.44 Составление текстов в рекламе и связях с общественностью

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

Семестр освоения: 5.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

Тематический план:

Тема 1. Аспекты изучения текстов: структурно-семантический, функционально семантический, коммуникативно-прагматический.

Тема 2. Жанры и разновидности рекламного и PR текстов, их специфика.

Тема 3. Позиционирующие тексты: имидж личности.

Тема 4. Система текстов: текстовое наполнение сайтов.

Б1.В.01 Журналистика

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 2.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

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

Тематический план:

Тема 1. Основные компоненты системы СМИ и характер их взаимодействия с социальной средой.

Тема 2. Информационный рынок как фактор трансформации системы СМИ.

Тема 3. Типологическая структура печатных СМИ.

Тема 4. История журналистики XVIII в.

Тема 5. История журналистики XIX в.

Тема 6. История журналистики XX в.

Б1.В.02 Телевизионная журналистика

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

Семестр освоения: 3.

Форма промежуточного контроля: зачет.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

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

Тематический план:

Тема 1. Место телевидения в системе средств массовой коммуникации

Тема 2. История тележурналистики в России

Тема 3. Природа современного телевидения

Тема 4. Телевизионный сценарий

Тема 5. Жанры телевизионной журналистики

Тема 6. Журналистские профессии на телевидении

Б1.В.03 Спичрайтинг

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 5.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-6 способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации

Тематический план:

Тема 1. Этапы работы над речью

Тема 2. Из истории развития риторики

Тема 3. Риторика и речевой идеал

Тема 4. Ораторская речь и функциональные стили литературного языка. Виды красноречия.

Тема 5. Логические основы красноречия

Тема 6. Выражение как третий этап подготовки выступления

Тема 7. Произносительная сторона публичного выступления

Тема 8. Невербальное общение в деятельности оратора

Б1.В.04 Интернет-маркетинг и электронная коммерция

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

Семестр освоения: 6.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-1 способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

Тематический план:

Тема 1. Интернет-маркетинг как объект научного исследования

Тема 2. Комплексный подход в интернет-маркетинге

Тема 3. Интернет-продвижение в независимой зоне поисковых систем

Тема 4. Социальные сети, сервисы и блогосфера

Тема 5. Контекстная и баннерная реклама

Тема 6. Основы SEO-оптимизации

Тема 7. Оценка эффективности интернет-продвижения

Тема 8. Интернет-маркетинговые стратегии

Тема 9. Вирусный маркетинг и нестандартные способы

Тема 10. Создание и поддержка информационных полей в интернете

Тема 11. Динамика и перспективы развития интернет-маркетинга

Тема 12. Информационные сети электронного бизнеса

Тема 13. Модели ведения электронной коммерции и система электронного обмена данными

Тема 14. Автоматизация идентификации товаров

Тема 15. Электронные платежи и системы электронных платежей.

Тема 16. Информационное обеспечение управления предприятием.

Тема 17. Электронные документы, используемые в электронной коммерции.

Б1.В.05 Медиарилейшенз

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 6.

Форма промежуточного контроля: зачет.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-6 способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации

Тематический план:

Тема 1. Понятие медиарелейшнз. Современное состояние дисциплины.

Тема 2. Планирование PR- деятельности в СМИ

Тема 3. СМИ в создании корпоративного имиджа и репутации

Тема 4. Управление информацией и моделирование новостей

Тема 5. Формы подачи информационно-новостных материалов

Б1.В.06 Коммуникативно-прагматический анализ и моделирование текста

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 144

в зачетных единицах – 4

Семестр освоения: 6.

Форма промежуточного контроля: экзамен.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

Тематический план:

Тема 1. Лингвистическая прагматика: проблемы и теории.

Тема 2. Дейксис. Теория референции.

Тема 3. Предложение: модус, диктум, модальность.

Тема 4. Экспликация актуального значения.

Тема 5. Теория аргументации. Теория коммуникации.

Б1.В.07 Event-маркетинг

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 7.

Форма промежуточного контроля: зачет.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

СПК-1 способностью разрабатывать стратегию продвижения продукта/организации

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

Тематический план:

Тема 1. Event-маркетинг в системе маркетинговых коммуникаций

Тема 2. Понятие события и виды событий в event-маркетинге

Тема 3. Управление имиджем бренда как задача event-маркетинга

Тема 4. Механизм реализации успешного события

Тема 5. Оказание услуг в области event-маркетинга

Тема 6. Карьера event-маркетолога

Б1.В.08 Корпоративная айдентика

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 7.

Форма промежуточного контроля: зачет.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

СПК-1 способностью разрабатывать стратегию продвижения продукта/организации
ПК-1 способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

Тематический план:

Тема 1. Основные понятия корпоративной айдентики

Тема 2. Товарный знак и логотип как элементы фирменного стиля

Тема 3. Слоган как элемент фирменного стиля

Тема 4. Шрифт как элемент фирменного стиля

Тема 5. Цвет как элемент фирменного стиля

Тема 6. Средства идентификации компании, содержащие элементы фирменного стиля

Б1.В.09 Технологии презентации

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 7.

Форма промежуточного контроля: зачет.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

СПК-1 способностью разрабатывать стратегию продвижения продукта/организации

ПК-1 способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

Тематический план:

Тема 1. Оценка коммуникативной ситуации при подготовке к презентации

Тема 2. Подготовка презентации

Тема 3. Проведение презентации

Б1.В.10 Рекламное стимулирование торговой деятельности

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 7.

Форма промежуточного контроля: экзамен.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-2 владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы

Тематический план:

Раздел 1 Основы мерчандайзинга

Тема 1. Система и стандарт мерчандайзинга

Тема 2 Правила мерчандайзинга

Раздел 2 Проектирование торгового пространства

Тема 3. Планировка торгового зала, методы, коэффициенты планировки

Тема 4. Представление товаров в торговом зале: виды, методы и приемы выкладки

Раздел 3 Атмосфера торгового зала

Тема 5. Реклама на месте продаж.

Тема 6. Цвет, свет, звуки, ароматы в мерчандайзинге

Б1.В.11 Бенчмаркинг

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

Семестр освоения: 8.

Форма промежуточного контроля: экзамен.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-9 способностью проводить маркетинговые исследования

ПК-11 способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов

Тематический план:

Тема 1. Конкурентные стратегии

Тема 2. Содержание и задачи бенчмаркинга

Тема 3. Процесс бенчмаркинга

Тема 4. Виды бенчмаркинга

Тема 5. Выбор объекта бенчмаркинга

Тема 6. Организация проведения бенчмаркинга

Б1.В.12 Мобильный маркетинг

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 8.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-1 способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

Тематический план:

Тема 1. Понятие и сущность мобильного маркетинга

Тема 2. Инструменты мобильного маркетинга

Тема 3. Мобильная реклама

Тема 4. Мобильная коммерция

Б1.В.13 Рекламные технологии прямого и сетевого маркетинга

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 36

в зачетных единицах – 1

Семестр освоения: 8.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

СПК-1 способностью разрабатывать стратегию продвижения продукта/организации

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

Тематический план:

Тема 1. Многоуровневая маркетинговая система: понятие и характеристика.

Тема 2. Бизнес-лидерство.

Тема 3. Инструменты дирек-маркетинга

Тема 4. Коммуникативные технологии в прямом и сетевом маркетинге.

Тема 5. Психолого-управленческие аспекты прямого и сетевого маркетинга

Б1.В.ДВ.01.01 Семиотика

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

Семестр освоения: 1.

Форма промежуточного контроля: экзамен.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

СПК-1 способностью разрабатывать стратегию продвижения продукта/организации

ПК-6 способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации

Тематический план:

Радел 1. Семиотика как наука, объект и предмет изучения семиотики

Тема 1.1. Структура семиотического знания

Тема 1.2. Знак, язык, коммуникация

Тема 1.3. Культура как вторичная моделирующая система

Тема 1.4. Текст

Тема 1.5. Два типа коммуникации в системе культуры

Тема 1.6. Миф как культурный код

Радел 2. Частные семиотики как междисциплинарные области знания

Тема 2.1. Социальные семиотики

Тема 2.2. Семиотика истории

Тема 2.3. Семиотика искусства

Радел 3. Семиотика рекламы

Тема 3.1. Семиотика рекламного текста

Тема 3.2. Система ожиданий в рекламном тексте

Б1.В.ДВ.01.02 Рекламный менеджмент

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

Семестр освоения: 1.

Форма промежуточного контроля: экзамен.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

СПК-1 способностью разрабатывать стратегию продвижения продукта/организации

ПК-6 способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации

Тематический план:

Тема 1. Реклама как маркетинговая коммуникаций

Тема 2. Средства распространения рекламы

Тема 3. Рекламный менеджмент

Тема 4. Планирование рекламной деятельности

Тема 5. Контроль рекламной деятельности

Тема 6. Оценка эффективности рекламной деятельности

Тема 7. Регулирование рекламной деятельности

Б1.В.ДВ.02.01 Реклама и связи с общественностью в различных сферах

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 4.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

СПК-1 способностью разрабатывать стратегию продвижения продукта/организации

ПК-6 способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации

Тематический план:

Тема 1. Информационно-коммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью

Тема 2. Реклама и связи с общественностью в политической сфере

Тема 3. Реклама и связи с общественностью в социальной сфере

Тема 4. Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Тема 5. Реклама и связи с общественностью в сфере услуг

Б1.В.ДВ.02.02 PR-технологии

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 4.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

СПК-1 способностью разрабатывать стратегию продвижения продукта/организации

ПК-6 способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации

Тематический план:

Тема 1. Информационно-коммуникационные PR-технологии

Тема 2. PR-технологии в коммерческой сфере

Тема 3. Технологии финансовых PR-коммуникаций

Тема 4. PR-технологии формирования имиджа территории

Тема 5. PR-технологии в политической сфере

Б1.В.ДВ.03.01 BTL-практикум

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 6.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

СПК-1 способностью разрабатывать стратегию продвижения продукта/организации

ПК-1 способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

Тематический план:

Раздел 1. Рекламные возможности BTL-коммуникаций

Тема 1.1. Понятие и характеристика BTL-рекламы

Тема 1.2. Инструментарий BTL-рекламы

Тема 1.3. ATL-реклама и немедийные виды рекламы

Тема 1.4. Мерчандайзинг как коммуникация в сфере сбыта.

Раздел 2. Новые технологии в сфере BTL-коммуникаций

- Тема 2.1. OutDoor – Retail как особый медиаканал
Тема 2.2. Рекламные материалы в местах продаж (POS-материалы)
Тема 2.3. Событийный маркетинг в системе BTL.
Тема 2.4. Букинг (booking) в торговом маркетинге.
Тема 2.5. Технический мерчендайзинг как технология эффективного управления рекламным оборудованием

Б1.В.ДВ.03.02 Дизайн и рекламные инструменты

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 6.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

СПК-1 способностью разрабатывать стратегию продвижения продукта/организации

ПК-1 способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

Тематический план:

Тема 1. Рекламное обращение: форма, содержание структура

Тема 2. Творческий процесс в рекламе

Тема 3. Дизайн в рекламе

Тема 4. Разработка текстовой части рекламного обращения

Тема 5. Разработка изобразительной части рекламного обращения

Тема 6. Приемы увеличения эффективности рекламного обращения

Б1.В.ДВ.04.01 Медиация в профессиональной деятельности

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 7.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-3 владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами

Тематический план:

Раздел 1. Основы современной теории конфликта

Тема 1.1. Конфликт: понятие, структура, классификация. Динамика и причины конфликтов

Тема 1.2. Управление конфликтами. Профилактика и урегулирование конфликтов

Раздел 2. Принципы и процедура медиации

Тема 2.1. Медиация как способ урегулирования конфликтов. Принципы и инструменты медиации

Тема 2.2. Медиация в переговорном процессе

Б1.В.ДВ.04.02 Маркетинговые коммуникации

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 7.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-3 владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами

Тематический план:

Раздел 1 Введение в систему маркетинговых коммуникаций

Тема 1. Маркетинговые коммуникации и продвижение товара

Тема 2 Классификация и структура маркетинговых коммуникаций

Раздел 2 Инструменты маркетинговых коммуникаций

Тема 3.Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.

Тема 4. Паблик рилейшенз в системе маркетинговых коммуникаций.

Тема 5. BTL мероприятия в системе маркетинговых коммуникаций

Тема 6. Прямой маркетинг и личные продажи в системе маркетинговых коммуникаций.

Б1.В.ДВ.05.01 GR-технологии

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 7.

Форма промежуточного контроля: зачет.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-6 способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации

ПК-10 способностью организовывать и проводить социологические исследования

Тематический план:

Тема 1. Теория GR: основные понятия и концепции

Тема 2. Технологические субъекты GR

Тема 3. Основные GR-технологии

Тема 4. Теория лоббизма: основные понятия и концепции

Тема 5. Лоббизм в современном мире

Б1.В.ДВ.05.02 Социальная реклама

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 7.

Форма промежуточного контроля: зачет.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-6 способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации

ПК-10 способностью организовывать и проводить социологические исследования

Тематический план:

Тема 1. Теоретические основы социальной рекламы

Тема 2. История становления и развития социальной рекламы

Тема 3. Средства распространения социальной рекламы

Тема 4. Технологии воздействия социальной рекламы

Тема 5. Социальная реклама в системе социального маркетинга

Б1.В.ДВ.06.01 Современная пресс-служба

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 7.

Форма промежуточного контроля: зачет.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-2 владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы

Тематический план:

Тема 1. Государственная служба как открытая система: информационная политика и проблема информационной безопасности

Тема 2. Становление и основные направления деятельности российских государственных пресс-служб

Тема 3. Структура и принципы организации современной пресс-службы

Тема 4. Формы и методы аналитической работы со временных пресс-служб, исследования информационных потоков

Тема 5. Пресс-служба администрации Президента России

Тема 6. Основные направления работы ДИП МИД РФ

Тема 7. Роль Российского информационного центра и Союза журналистов России в системе общественных связей.

Б1.В.ДВ.06.02 Рекламное дело

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 7.

Форма промежуточного контроля: зачет.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-2 владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы

Тематический план:

Тема 1. Рекламный процесс и его составляющие

Тема 2. Формирование рекламной стратегии

Тема 3. Исследования в рекламе

Тема 4. Реклама в печатных СМИ

Тема 5. Полиграфическая реклама

Тема 6. Реклама в электронных средствах массовой коммуникации

Тема 7. Наружные и транзитные средства распространения рекламы

Тема 8. Вспомогательные виды рекламы

Б1.В.ДВ.07.01 Выставочное дело

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

Семестр освоения: 8.

Форма промежуточного контроля: зачет.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

СПК-1 способностью разрабатывать стратегию продвижения продукта/организации

ПК-1 способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

Тематический план:

Тема 1. Выставки в рекламно-коммуникационной деятельности организации

- Тема 2. Планирование и организация выставочной деятельности
- Тема 3. Оформление выставочного стенда
- Тема 4. Выставочный период
- Тема 5. Оценка эффективности участия в выставке
- Тема 6. Современный экспобизнес
- Тема 7. Законодательное обеспечение выставочной деятельности

Б1.В.ДВ.07.02 Фирменный стиль организации

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

Семестр освоения: 8.

Форма промежуточного контроля: зачет.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

СПК-1 способностью разрабатывать стратегию продвижения продукта/организации

ПК-1 способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

Тематический план:

Тема 1. Роль и значение фирменного стиля в имидже организации

Тема 2. Ключевые элементы фирменного стиля

Тема 3. Носители элементов фирменного стиля.

Тема 4. Нейминг и разработка логотипа как элементы фирменного стиля.

Тема 5. Корпоративная идентификация бизнеса.

Тема 6. Рестайлинг и редизайн.

Б1.В.ДВ.08 Элективные дисциплины по физической культуре и спорту

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 340

в зачетных единицах – 0

Семестр освоения: 2,3,4,5,6.

Форма промежуточного контроля: зачет,зачет,зачет,зачет,зачет.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОК-8 способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

Тематический план:

Раздел 1. Теоретический

Тема 1.1. Общая физическая подготовка.

Тема 1.2. Атлетическая гимнастика

Тема 1.3. Легкая атлетика

Тема 1.4. Плавание

Раздел 2. Практический

Тема 2.1 Общая физическая подготовка, с элементами:

2.1.1. баскетбола,

2.1.2. волейбола,

2.1.3. настольного тенниса;

2.1.4. фитнес-аэробики;

2.1.5. единоборств (на базе самбо).

Тема 2.2. Атлетическая гимнастика

Тема 2.3. Легкая атлетика

Тема 2.4. Плавание

Б2.В.01(У) Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 216

в зачетных единицах – 6

Семестр освоения: 2.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-6 способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации

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

ПК-9 способностью проводить маркетинговые исследования

Б2.В.02(П) Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

Семестр освоения: 4.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

СПК-1 способностью разрабатывать стратегию продвижения продукта/организации

ПК-1 способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

ПК-2 владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы

ПК-6 способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации

ПК-9 способностью проводить маркетинговые исследования

ПК-10 способностью организовывать и проводить социологические исследования

ПК-11 способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов

Б2.В.03(П) Организационно-управленческая практика

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 216

в зачетных единицах – 6

Семестр освоения: 6.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-1 способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью,

проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

ПК-2 владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы

ПК-3 владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами

ПК-6 способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации

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

ПК-9 способностью проводить маркетинговые исследования

ПК-10 способностью организовывать и проводить социологические исследования

ПК-11 способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов

Б2.В.04(П) Научно-исследовательская работа

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 432

в зачетных единицах – 12

Семестр освоения: 4,5,6,7.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой,зачет с оценкой,зачет с оценкой,зачет с оценкой.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-9 способностью проводить маркетинговые исследования

ПК-10 способностью организовывать и проводить социологические исследования

ПК-11 способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов

Б2.В.05(Пд) Преддипломная практика

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 324

в зачетных единицах – 9

Семестр освоения: 8.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-1 способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

ПК-2 владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы

ПК-3 владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами

ПК-6 способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации

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

ПК-9 способностью проводить маркетинговые исследования

ПК-10 способностью организовывать и проводить социологические исследования

ПК-11 способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов

Б3.Б.01(Г) Государственный экзамен

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

Семестр освоения: 8.

Форма промежуточного контроля: экзамен.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

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

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

ОПК-5 умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия

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

ПК-9 способностью проводить маркетинговые исследования

ПК-10 способностью организовывать и проводить социологические исследования

ПК-11 способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов

Б3.Б.02(Д) Защита выпускной квалификационной работы

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 216

в зачетных единицах – 6

Семестр освоения: 8.

Форма промежуточного контроля: экзамен.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОК-1 способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции

ОК-3 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности

ОК-4 способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности

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

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

ОК-7 способностью к самоорганизации и самообразованию

ОК-8 способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

ОК-9 готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий

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

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

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

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

ОПК-5 умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия

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

СПК-1 способностью разрабатывать стратегию продвижения продукта/организации

ПК-1 способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

ПК-2 владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы

ПК-3 владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами

ПК-6 способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации

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

ПК-9 способностью проводить маркетинговые исследования

ПК-10 способностью организовывать и проводить социологические исследования

ПК-11 способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов

ФТД.01 Организация самостоятельной работы

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 36

в зачетных единицах – 1

Семестр освоения: 1.

Форма промежуточного контроля: зачет.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОК-7 способностью к самоорганизации и самообразованию

Тематический план:

Тема 1. Подходы к пониманию и организации самостоятельной работы обучающихся

Тема 2. Учебная деятельность как вид самостоятельной работы обучающихся

Тема 3. Исследовательская деятельность студента как вид самостоятельной работы

ФТД.02 Логика и теория аргументации в рекламе и связях с общественностью

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 7.

Форма промежуточного контроля: зачет.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОК-1 способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции

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

Тематический план:

Тема 1. Предмет и значение логики

Тема 2. Логика и язык

Тема 3. Понятие как форма мышления и инструмент аргумента

Тема 4. Суждение, его структура и логические свойства

- Тема 5. Основные принципы правильного мышления и формально-логические законы
- Тема 6. Умозаключение как форма мышления
- Тема 7. Логические основы теории аргументации
- Тема 8. Стратегия и тактика аргументации и критики
- Тема 9. Правила и ошибки аргументации. Логические ошибки
- Тема 10. Приемы убеждения и аргументации в рекламе и связях с общественностью