

**СБОРНИК АННОТАЦИЙ
РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ БАКАЛАВРА ПО
НАПРАВЛЕНИЮ 42.03.01 – РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
ГОД НАЧАЛА ПОДГОТОВКИ 2021**

АННОТАЦИЯ

**рабочей программы учебной дисциплины Б1.О.01.01 «ФИЛОСОФИЯ»
для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 – РЕКЛАМА И СВЯЗИ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ, направленности «Реклама и связи с общественностью в
отрасли (в сфере АПК)»**

Цель освоения дисциплины: освоение студентами основных понятий философии, знакомство с проблемами познания связей и закономерностей развития окружающего мира, предоставление студентам метода и методологии познания действительности, развитие у них интереса к фундаментальным знаниям, понимания междисциплинарных связей и их значения для выработки мировоззрения современного человека.

Основная задача дисциплины - способствовать у обучающихся студентов выработке целостного взгляда на мир и места человека в нем, системного представления о видах, ступенях и уровнях знания о мире.

Задачи дисциплины предполагают:

- освоение основных разделов философии;
- развитие культуры философского и научного исследования;
- формирование умения использовать философские и общенаучные категории, принципы, идеи и подходы в своей профессиональной деятельности;
- развитие ответственности за профессиональную и научную деятельность перед окружающей средой обитания человеческого общества.

Место дисциплины в учебном плане:

Цикл Б1.О.01.01, обязательная часть, дисциплина осваивается в 5 и 6 семестрах.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **УК-1.2; УК-5.1; УК-5.2.**

Краткое содержание дисциплины: Предмет философии. Место и роль философии в культуре. Становление философии. Основные направления, школы философии и этапы ее исторического развития. Структура философского знания. Учение о бытии. Мистические и плюралистические концепции бытия, самоорганизация бытия. Понятия материального и идеального. Пространство, время. Движение и развитие, диалектика. Детерминизм и индетерминизм. Динамические и статистические закономерности. Научные, философские и религиозные картины мира. Человек, общество, культура. Человек и природа. Общество и его структура. Гражданское общество и государство. Человек в системе социальных связей. Человек и исторический процесс: личность и массы; свобода и необходимость. Формационная и цивилизационная концепции общественного развития. Смысл человеческого бытия. Насилие и ненасилие. Свобода и ответственность. мораль, справедливость, право. Нравственные ценности. Представления о совершенном человеке в различных культурах. Эстетические ценности и их роль в человеческой жизни. Религиозные ценности и свобода совести. Сознание и познание. Сознание, самосознание и личность. Познание, творчество, практика. Вера и знание. Понимание и объяснение. Рациональное и иррациональное в познавательной деятельности. Проблема истины. Действительность, мышление, логика и язык. Научное и вненаучное знание. Критерии научности. Структура научного познания, его методы и формы. Рост научного знания. Научные революции и смены типов рациональности. Наука и техника. Будущее человечества. Глобальные проблемы современности. Взаимодействие цивилизаций и сценарии будущего.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 216 часов, 6 зачетных единиц.

Промежуточный контроль: экзамен.

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины Б1.О.01.02
«Логика и теория аргументации»
для подготовки бакалавра по направлению
42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленности
«Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»

Цель освоения дисциплины: овладение научными основами логичного мышления и теоретическими основами аргументирования путем изучения базовых понятий логики, теоретических и прагматических аспектов теории аргументации, а также общеметодологических, психологических и риторических приемов аргументации и критики, выработки практических навыков формирования мнений и убеждений в PR-деятельности и рекламе.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть обязательных дисциплин учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-1.1; УК-1.2.

Краткое содержание дисциплины: Дисциплина предусматривает освоение будущими бакалаврами базовых понятий логики; основных логических формы мысли, отношений между ними и основных логических операции, а также основных приемов и правил аргументации и критики. Учащиеся получают представление о происхождении логики как науки и теории аргументации; об истории развития теории аргументации; о приемах аргументации и критики; о роли логики в рекламных и PR-сообщениях, о взаимосвязи PR и рекламы с теорией аргументации; об общеметодологических и риторических аспектах аргументации и критики в сфере социально-культурного и профессионального общения.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108 часов / 3 зач. ед.

Промежуточный контроль: экзамен

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.О.01.03 КУЛЬТУРОЛОГИЯ
для подготовки бакалавра по направлению
42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность: Реклама и
связи с общественностью в отрасли (АПК)

Цель освоения дисциплины: освоить компетенции, предполагающие использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в обязательную часть Блок 1 Дисциплины (модули) социально-гуманитарного модуля по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, Индекс Б1.О.01.03.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-3.1; ОПК-3.2

Краткое содержание дисциплины: Культурология как система научного знания. Возникновение и развитие культурологической мысли. Понятие «культуры». Типология культур. История культуры. Культура первобытной эпохи. Культуры ранних цивилизаций. Культуры Древней Индии и Древнего Китая. Культуры античного мира. Культуры Средневековья.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108 часов / 3 зач. ед.

Промежуточный контроль: зачет

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.О.01.04 «Деловая коммуникация»

для подготовки бакалавра по направлению: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность: «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»

Цель освоения дисциплины: обеспечение более полного развития способностей личности к свободному, продуктивному общению, способности к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; возможностей речевого творчества, в интересах повышения профессиональной филологической квалификации и социокоммуникативной компетентности бакалавров; развитие способностей осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации; осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации; развитие умений вести делопроизводство и документооборот, а также умение сбора, обработки информации и участие в информатизации деятельности соответствующих органов власти и организаций, научить выбирать речевую стратегию в зависимости от целей и задач делового общения; сформировать осознанное отношение к своей речи, способствуя личностной потребности в ее совершенствовании. Применительно к подготовке бакалавров в ходе обучения основное внимание уделяется проблемам, которые возникают в практике коммуникации в профессиональной сфере.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в обязательную часть социально-гуманитарного модуля учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность: «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-4 (УК-4.1; УК-4.2).

Краткое содержание дисциплины: Коммуникация и общение. Вариативность коммуникативных процессов. Специфика деловой, научной, педагогической коммуникации. Коммуникативные качества речи.

Виды общения: вербальное и невербальное общение в профессиональной сфере. Понятие «вербальные средства общения». Невербальные средства общения, их особенности и значение в деловом общении.

Говорение и слушание в деловой коммуникации. Трудности эффективного слушания. Виды слушания

Понятие этики: общечеловеческий и профессиональный подход. Профессиональная этика в деловой среде. Понятие корпоративной этики, кодекс этических требований компаний. Деловой этикет: понятие, основные принципы

Особенности делового общения в международной сфере. Понятие «национальный стиль поведения».

Деловое общение как коммуникация. Устные виды делового общения.

Язык и стиль деловых документов.

Общение в кризисных ситуациях. Кризисы и пути их разрешения. Управление конфликтами в деловом общении

Деловое общение в профессиональной сфере. Полемический диалог в деловом общении. Правила ведения спора. Этика спора. «Уловки спорщиков» и правила их обнаружения.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108 часов, (3 зач.ед.).

Промежуточный контроль: зачет

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины Б1.О.01.05 «СОЦИОЛОГИЯ» для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленности «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)».

Цель освоения дисциплины: освоение студентами основных понятий социологии, знакомство с проблемами познания связей и закономерностей функционирования общества, предоставление студентам метода и методологии познания социальной действительности, развитие у них интереса к фундаментальным знаниям, понимания междисциплинарных связей и их значения для выработки мировоззрения современного человека.

Основная задача дисциплины - способствовать у обучающихся студентов выработке методологического подхода на общество и общественные процессы, системного представления о законах развития общества, функционировании социальных институтов, подготовке широко образованных, творческих и критически мыслящих специалистов, способных к анализу и прогнозированию сложных социальных проблем и овладению методикой проведения социологических исследований.

Место дисциплины в учебном плане:

Цикл Б1.О.01.05, обязательная часть, дисциплина осваивается в 3 семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-4.1; ОПК-4.2.**

Краткое содержание дисциплины: Предыстория и социально-философские предпосылки социологии как науки. Социологический проект О. Конта. Классические социологические теории. Современные социологические теории. Русская социологическая мысль. Социальные группы и общности. Виды общностей. Общность и личность. Малые группы и коллективы. Социальная организация. Социальные движения. Социальное неравенство, стратификация и социальная мобильность. Понятие социального статуса. Социальное взаимодействие и социальные отношения. Общественное мнение как институт гражданского общества. Культура как фактор социальных изменений. Взаимодействие экономики, социальных отношений и культуры. Личность как социальный тип. Социальный контроль и девиация. Личность как деятельный субъект. Социальные изменения. Социальные революции и реформы. Концепция социального прогресса. Формирование мировой системы. Место России в мировом сообществе. Методы социологического исследования.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108 часов(3 зач.ед.).

Промежуточный контроль: зачет.

Аннотация

рабочей программы учебной дисциплины Б1.О.01.06 «Современные экономические отношения» для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)

Цель освоения дисциплины: является освоение студентами теоретических и практических знаний, формирования экономического мышления, общекультурных и личностных качеств, приобретение умений и навыков в области экономики, способность применять их в сфере будущей профессиональной деятельности.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в обязательную часть учебного плана, социально-гуманитарного модуля по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Индекс дисциплины в учебном плане – Б1.О.01.06

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-4.1; ОПК-4.2

Краткое содержание дисциплины:

Общие проблемы экономической теории. Рыночный механизм: спрос, предложение, цена. Поведение потребителей и максимизация полезности. Теория производства и предельной производительности ресурса. Издержки производства и прибыль фирмы. Конкуренция. Максимизация прибыли и оптимальный выпуск. Рынок труда и заработная плата. Капитал и процент. Рынок земли и рента. Макроэкономические показатели. Совокупный спрос и совокупное предложение. Потребление, сбережения и инвестиции. Макроэкономическая нестабильность: циклы, безработица, инфляция. Экономические циклы и экономическая конъюнктура в сельском хозяйстве. Аграрная политика. Деньги и банки. Денежно-кредитная политика. Государственные финансы. Налогово-бюджетная политика. Роль государства в рыночной экономике. Социальная политика. Международные экономические отношения.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108/3 (часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: зачет.

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.О.01.07 Основы государства и права
для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с
общественностью в отрасли,
направленности «Реклама и связи с общественностью в отрасли (АПК)»

Цель освоения дисциплины: формирование общетеоретических комплексных знаний в области российского права; овладение подготавливаемыми кадрами высшей квалификации системой научных знаний и практических навыков правового регулирования общественных отношений; выработка позитивного отношения к праву, рассмотрение права как социальной реальности, сформированной человеческой цивилизацией и наполненной идеями гуманизма, добра и справедливости; развитие умения мыслить (овладевать такими мыслительными операциями, как классификация, анализ, синтез, сравнение и др.), развитие творческих и познавательных способностей, а также таких психологических качеств, как восприятие, воображение, память, внимание.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в обязательную часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в отрасли.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции – УК-2.1; УК-2.2; ОПК-2.1; ОПК-2.2.

Краткое содержание дисциплины: Государство как социальное образование. Право как инструмент регулирования общественных отношений. Система права и система законодательства. Реализация права. Правоотношение. Законность и правопорядок как отражение эффективности права. Правосознание и правовая культура. Правонарушение и юридическая ответственность.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч.

практическая подготовка: 72 часа (2 зач. ед.).

Промежуточный контроль: зачет.

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.О.01.08 ГЕОПОЛИТИКА
для подготовки бакалавра по направлению
42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность: Реклама и
связи с общественностью в отрасли (АПК)

Цель освоения дисциплины: освоить компетенции, предполагающие способность учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в обязательную часть Блок 1 Дисциплины (модули) социально-гуманитарного модуля по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, Индекс Б1.О.01.08.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-5.1; ОПК-5.2

Краткое содержание дисциплины: Геополитика: предмет, методы и функции. Основные идеи и принципы классиков геополитики. Современные геополитические теории и школы Запада. Русская школа геополитики. Россия в новой системе геополитических отношений. Геополитические процессы в Западной и Восточной Европе. Место США в системе геополитических отношений. Геополитические процессы в афро-азиатском регионе.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 72 часа / 2 зач. ед.

Промежуточный контроль: зачет

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины Б1.О.02.01 История (история России, всеобщая история) для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность Реклама и связи с общественностью в отрасли (АПК)

Цель освоения дисциплины: получить знания, уметь, приобрести навыки использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в обязательную часть Блока 1. Дисциплины историко-филологического модуля учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-5.1; УК-5.2, ОПК-3.1; ОПК-3.2.

Краткое содержание дисциплины: История как наука: предмет, источники, историография, исторические теории. Россия в мировом историческом процессе. История Древнего мира: возникновение первых государств. Древнейшие народы и государства на территории России. Мир и Россия в эпоху Средневековья (конец V в. – XVI в.). Мир и Россия в XVII в. Наступление Нового времени. Новое время: утверждение капитализма. Мир и Россия в первой половине XIX в.: постнаполеоновская Европа. Мир и Россия во второй половине XIX в.: европейский колониализм и эпоха реформ в России. Мир и Россия в новейшее время. Мир и Россия в начале XX в. Первая мировая война и русская революция. Мир и Россия в межвоенный период и в годы Второй мировой войны. Мир и Россия в годы Холодной войны в конце 40-х – середине 80 гг. XX в. Россия и мир в начале XXI в.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 216 часов/6 зач. ед.

Промежуточный контроль: зачет, экзамен

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.О.02.02 «Иностранный язык»
для подготовки бакалавра по направлению
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
направленность: «Реклама и связи с общественностью в отрасли (АПК)»

Цель дисциплины «Иностранный язык» – формирование коммуникативной компетенции обучающихся в ее языковом, социокультурном аспектах для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, а также для успешного осуществления профессиональной деятельности в условиях межкультурной профессиональной коммуникации. Наряду с практической целью – обучение общению – данный курс также ставит образовательные и воспитательные цели, которые включают расширение кругозора студента, повышение общекультурного уровня, а также формирование уважительного отношения к духовным и культурным ценностям других стран.

Место дисциплины в учебном плане: Цикл Б.1, дисциплина «Иностранный язык» включена в дисциплины обязательной части, осваивается в 1, 2, 3 семестрах.

Требования к результатам освоения дисциплины: В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-4; ОПК-1.

Краткое содержание дисциплины: *Раздел 1 «Проблемы современной молодежи».* Знакомство, рассказ о себе, семье, родном городе и его достопримечательностях. Хобби и увлечения. Выбор профессии. *Раздел 2 «Система высшего образования в России и за рубежом».* Студенческая жизнь в России и за рубежом. Выбор профессиональной деятельности и направления подготовки. *Раздел 3 «Изучение иностранного языка».* Иностранный язык как средство общения и его роль в подготовке специалистов. *Раздел 4 «Знакомство со страной изучаемого языка».* Географическое положение, политическое устройство, экономика, государственные языки, культурная жизнь, обычаи и традиции. *Раздел 5 «Психологические аспекты процесса коммуникации».* Процесс и факторы коммуникации, стереотипы. Типы чтения, способ социального развития. *Раздел 6 «Экономический рост и развитие в современном мире».* Деньги и их функция, спрос на рынке и его факторы. *Раздел 7 «Гуманитарные технологии».* Образование. Планирование и программирование на рабочем месте. *Раздел 8 «Экологическое право».* Юридическая ответственность и экологическое право.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 324 часа (8 зач.ед).

Промежуточный контроль: зачет (1,2 семестры), экзамен (3 семестр)

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.О.02.03. «История литературы и искусства»

для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленности «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»

Цель освоения дисциплины: формирование знаний по истории зарубежной и русской литературы и искусства, умений выполнения задач и функций специалиста в сфере коммуникации, навыков сравнительного анализа и применения знаний по истории литературы и искусства в сфере рекламы и связей с общественностью, в коммуникационной деятельности в сфере АПК.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в обязательную часть учебного плана, «Историко-филологический» модуль по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Индекс дисциплины в учебном плане – Б1.О. 02.03.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-3.1; ОПК-3.2

Краткое содержание дисциплины:

история зарубежной литературы и искусства от античности до XXI века, русская литература и искусство в общеевропейском контексте, искусство Древней Греции и Древнего Рима, искусство средневековой Европы, искусство эпохи Возрождения, европейское барокко и классицизм, искусство XIX века: от романтизма к реализму, символизм в искусстве и литературе конца XIX-начала XX веков, модернистская поэтика в американской и европейской литературе, постмодернизм в литературе и культуре второй половины XX века, литература и сохранение гуманитарных ценностей, основные виды и жанры литературы, стиль в искусстве и литературе, интертекстуальность в литературе и искусстве, семиотика в литературе и искусстве.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 324/9 (часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: зачет/экз.

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины Б1.О.02.04
«Межкультурная коммуникация в рекламе
и связях с общественностью»
для подготовки бакалавра по направлению
42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленности
«Реклама и связи с общественностью в отрасли (в АПК)»

Цель освоения дисциплины: формирование кросс-культурного подхода в профессиональной деятельности в эпоху глобализации для повышения эффективности ведения переговоров с проявлением толерантного отношения к представителям различных культур, а также производства рекламной продукции с учетом культурных различий между этносами.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в число обязательных дисциплин базовой части учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-5.1; УК-5.2

Краткое содержание дисциплины: Дисциплина предусматривает освоение студентами базисных теоретических положений культурологии, лингвокультурологии и невербальной семиотики, формирование коммуникативных умений ведения межкультурного диалога и широкой межкультурной коммуникации в области связей с общественностью и рекламы для разных целевых аудиторий, относящихся к разным культурным сообществам.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108 часов / 3 зач. ед.

Промежуточный контроль: зачет

Аннотация

рабочей программы учебной дисциплины Б1.О.02.05. «Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью» для подготовки бакалавров по направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»

Цель освоения дисциплины: формирование знаний по работе с текстами в рекламе и связях с общественностью, умений выполнения задач и функций специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью по созданию текстов для разных каналов коммуникации, навыков копирайтинга и рерайтинга и применения знаний по работе с текстами в рекламе и связях с общественностью в сфере АПК.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в обязательную часть учебного плана, «Социально-гуманитарный» модуль по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью. Индекс дисциплины в учебном плане – Б1.О. 02.05.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-4.1; УК-4.2; ОПК-1.1; ОПК-1.2.

Краткое содержание дисциплины:

текст как коммуникационный продукт, тексты в журналистике, рекламе и связях с общественностью: типологические сходства и различия, основные виды и жанры PR-текстов, пресс-релиз как основной жанр PR-текстов, SMR-релиз, «продающие» тексты в рекламе и связях с общественностью: основные требования и правила к созданию, копирайтинг в сфере рекламы и связей с общественностью, сторителлинг как технология создания «продающих» текстов, тексты в on-line коммуникации, роль текста в цифровой среде.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108/3
(часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: экзамен

АННОТАЦИЯ

рабочей программы модульной учебной дисциплины Б1.О.03.01 «ЦИФРОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ», информационно-технологический модуль для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»

Цель освоения дисциплины: обучение студентов навыкам использования цифровых технологий, сетевых инструментов для разработки стратегий продвижения продуктов и услуг в цифровом пространстве, применение цифровых маркетинговых инструментов.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в обязательную часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-6.1; ОПК-6.2; ПКО-3.1; ПКО-3.2; ПКО-3.3**

Краткое содержание дисциплины:

Структура рынка цифровых коммуникаций в России. Управление агентством цифровых коммуникаций. Стратегия продвижения брендов в цифровых каналах: исследовательская работа, анализ целевой аудитории, каналы коммуникации, показатели эффективности. Использование CRM коммуникаций в крупных корпорациях: экосистема, показатели эффективности, пути развития. Стратегия использования инструментов работы в социальных медиа: ключевые тренды, основные каналы и форматы коммуникации. Мобильные платформы: использование платформ мессенджеров в цифровой коммуникации. Мобильные платформы: использование платформ мобильных приложений в цифровой коммуникации.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108/3 (часы/зач. ед.).

Промежуточный контроль: зачёт в 4 семестре.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы модульной учебной дисциплины Б1.О.03.02 «ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И БАЗЫ ДАННЫХ В ПРИКЛАДНЫХ КОММУНИКАЦИЯХ», информационно-технологический модуль для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленности «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»

Цель освоения дисциплины: формирование знаний, умений и навыков в области использования информационных технологий в прикладных коммуникациях, применения цифровых маркетинговых инструментов при планировании производства и реализации коммуникационного продукта, для мониторинга обратной связи с разными целевыми группами, создания и применения баз данных.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в обязательную часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-6.1; ОПК-6.2; ПКО-3.1; ПКО-3.2; ПКО-3.3**

Краткое содержание дисциплины:

Информационно-коммуникационные технологии. Цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы, связей с общественностью и коммуникационных продуктов. Цифровые маркетинговые инструменты. Проектирование баз данных. Microsoft Access, Microsoft SQL Server. СУБД Oracle.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108 часов (3 зач. ед.).

Промежуточный контроль: экзамен в 3 семестре.

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.О.04.01 «Современные экономические отношения»
для подготовки бакалавров по направлению **42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»**

Цель освоения дисциплины: формирование общетеоретических комплексных знаний по дисциплине, нормы которой основаны на законодательных положениях и определяют легитимность трудовой деятельности; овладение подготавливаемыми кадрами системой научных знаний и практических навыков в сфере правового регулирования вопросов подготовке к защите и непосредственная защита организации; выработка совокупности знаний, умений и навыков для обеспечения безопасности в сфере профессиональной деятельности; развитие умения мыслить (овладевать такими мыслительными операциями, как классификация, анализ, синтез, сравнение и др.), развитие творческих и познавательных способностей, а также таких психологических качеств, как восприятие, воображение, память, внимание.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в обязательную часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Индекс дисциплины в учебном плане – Б1.О.04.01

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-8.1; УК-8.2

Краткое содержание дисциплины:

нормативно-правовая база и основы безопасности жизнедеятельности в ЧС, единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций (РСЧС), оценка обстановки и прогнозирование последствий чрезвычайных ситуаций, защита с.-х. объектов в ЧС, основные принципы и способы защиты с.-х. населения в ЧС, укрытие населения в защитных сооружениях; защита с.-х. растений и животных в ЧС, прогнозирование потерь и оценка безопасности продукции растениеводства и животноводства, организация и проведение спасательных и других неотложных работ на объектах в ЧС (АСДНР), основы организации АСДНР в чрезвычайных ситуациях, охрана труда в РФ, планирование мероприятий по охране труда, производственная безопасность, основы производственной санитарии и пожарной безопасности, приборы контроля вредных производственных факторов и подбор средств индивидуальной защиты органов дыхания,

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108/3 (часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: зачет.

Аннотация

рабочей программы учебной дисциплины

Б1.О.05.01 «Введение в коммуникационные специальности»

для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)

Цель освоения дисциплины: дать первоначальные представления о специфике рекламы и связей с общественностью как вида профессиональной деятельности, адаптировать обучающихся к формам учебной и научной работы, освоить систему ключевых терминов и понятий.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в обязательную часть учебного плана в модуль общепрофессиональной подготовки по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Индекс дисциплины в учебном плане – Б1.О.05.01.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-5.1; ОПК-5.2.

Краткое содержание дисциплины:

Реклама и связи с общественностью как научная дисциплина. Основной понятийный аппарат. Специфика, сходства и различия рекламы, связей с общественностью и журналистики как смежных коммуникационных видов деятельности. Тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, структура рынка рекламы и PR в стране и в регионе.

Академическая этика и культура научного труда, типы научных текстов, их структура и основные принципы написания.

Основные инструменты поиска информации.

Целевая аудитория. Сегментация целевой аудитории. Запросы и потребности целевых аудиторий или групп общественности.

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

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108/3 (часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: зачет в 1 семестре.

Аннотация

рабочей программы учебной дисциплины Б1.О.05.02 «Основы теории коммуникации» для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленности «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»

Цель освоения дисциплины: дать целостное представление о коммуникации как процессе и структуре и ценности мировой цивилизации; обобщить сведения из практики связей с общественностью и практики СМИ, дать представление о типологии, формах, видах, структуре и функционировании различных моделей коммуникации в сфере PR, рекламы и межкультурных связей; развить умение аналитического чтения текстов СМИ, в том числе в сфере Интернета; сформировать навыки комплексного анализа коммуникативных событий.

Место дисциплины в учебном плане: учебная дисциплина Б1.О.05.02 «Основы теории коммуникации» входит в модуль общепрофессиональных дисциплин как дисциплина обязательной части плана направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (бакалавриат).

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2.

Краткое содержание дисциплины: курс «Основы теории коммуникации» предусматривает освоение будущими бакалаврами сведений из практики связей с общественностью и практики деятельности средств массовой информации, сведений о природе, генезисе и специфике коммуникации, ее типологии и структуре коммуникативного процесса, о различных подходах и концепциях, о функционировании различных моделей коммуникации в сфере PR, рекламы и межкультурных связей.

Обучающиеся получают представление о месте коммуникации в системе ценностей культуры; о месте коммуникации в системе научного знания; об этапах исторического развития коммуникации; о видах и формах коммуникации; о коммуникации как процессе и структуре; о специфике коммуникативной личности; о проблемах коммуникации, в том числе о коммуникативных барьерах; о содержании, средствах и языке коммуникации.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 216 часов. (6 зач.ед.)

Промежуточный контроль: зачет (1 сем.), экзамен (2 сем.)

**Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины**

**Б1.О.05.03 «Теория и практика связей с общественностью» для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленности: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)**

Цель освоения 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.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в обязательную часть учебного плана (модуль общепрофессиональной подготовки) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Индекс дисциплины в учебном плане – Б1.О.05.03.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-3.1; ОПК-1.1; ОПК-4.2

Краткое содержание дисциплины:

Связи с общественностью как наука и как вид профессиональной деятельности. Основной понятийный аппарат связей с общественностью, основные подходы к PR-деятельности, основные технологии, методы и инструменты деятельности по связям с общественностью в современной онлайн и офлайн-среде. Функции СО. Коммуникативный менеджмент.

Принципы профессиональной этики. Этические кодексы, профессиональные организации и объединения, профессиональные конкурсы, профессиональные стандарты.

Субъекты и объекты PR-деятельности. Сферы PR-деятельности.

Медиарилейшнз. Менеджмент новостей. Механизмы управления новостной информацией. Инфоповод.

Исследования в связях с общественностью.

Коммуникационные стратегии связей с общественностью. Индивидуальный и корпоративный имидж. Технологии формирования имиджа.

Виды PR-мероприятий в коммерческой сфере. СО в переговорных процессах.

СО в органах государственной власти. СО в политической сфере. СО в кризисных ситуациях.

СО в некоммерческой сфере. Спонсорство. Благотворительность. Фандрайзинг.

Организация и проведения мероприятий в связях с общественностью.

Организация кампаний по связям с общественностью. Планирование, реализация, оценка эффективности.

PR-служба в структуре государственных и муниципальных органов власти. PR-служба коммерческих компаний и некоммерческих организаций.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 324/9 (часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: зачет в 3 семестре, курсовая работа в 3 семестре, экзамены в 2 и 4 семестрах.

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.О.05.04 «Теория и практика рекламы»
для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с
общественностью
направленности: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)

Цель освоения дисциплины: системных профессиональных знаний о рекламной деятельности, ее целях, задачах, принципах функционирования, умений проектировать рекламную коммуникацию, навыков разработки рекламного продукта.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в обязательную часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Индекс дисциплины в учебном плане – Б1.О.05.04

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-2.1; ОПК-1.2; ОПК-6.2.

Краткое содержание дисциплины:

Реклама как элемент системы интегрированных маркетинговых коммуникаций и системы социальной информации; классификация рекламы по различным основаниям; история развития рекламной деятельности; моделирование рекламной коммуникации; базовые структурные элементы рекламной коммуникации: коммуникатор, целевая аудитория, рекламное агентство, рекламное сообщение; принципы, стратегии и технологии разработки рекламного сообщения; специальные виды рекламной коммуникации.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 324/9
(часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: зачет/экзамен/курсовая работа

Аннотация

рабочей программы учебной дисциплины Б1.О.05.05 «Теория и практика медиакommunikаций» для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленности «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»

Цель освоения дисциплины: формирование общепрофессиональных умений, необходимых будущим специалистам по связям с общественностью для работы со СМИ и с другими каналами распространения массовой информации, в том числе в виртуальной электронной среде.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-1.2

Краткое содержание дисциплины: Предусматривает получение будущими бакалаврами системного представления по общетеоретическим вопросам организации и функционирования СМИ и выработку практических навыков анализа их продукции. Дает представление о структуре и наиболее важных явлениях и деятелях российского и мирового медиарынка. Предполагает овладение виртуальной электронной средой распространения массовой информации.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 216 часов / 6 зач. ед.

Промежуточный контроль: 2 семестр – зачет, 3 семестр – экзамен.

Аннотация

**рабочей программы учебной дисциплины
Б1.О.05.06 «Интегрированные коммуникации»
для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с
общественностью
направленности: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)**

Цель освоения дисциплины: формирование системных профессиональных знаний о специфике коммуникативной системы комплекса маркетинга и принципах интеграции ее структурных элементов; умений осуществлять интеграцию различных видов маркетинговых коммуникаций; навыков разработки программы интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в обязательную часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Индекс дисциплины в учебном плане – Б1.О.05.06.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-5.2; ОПК-6.2.

Краткое содержание дисциплины:

Коммуникационная система как элемент комплекса маркетинга; основные виды маркетинговых коммуникаций и их классификация; концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций; критерии интеграции различных видов маркетинговых коммуникаций; алгоритм разработки программы интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108/3 (часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: экзамен

Аннотация

рабочей программы учебной дисциплины Б1.О.05.07 «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы» для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленности «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»

Цель освоения дисциплины:

- 1) формирование теоретических знаний основных требований, предъявляемых действующим законодательством к коммуникативной деятельности;
- 2) формирование умений находить документы, содержащие нормы, регулирующие конкретную ситуацию и умений применять эти нормы в общественной жизни;
- 3) овладение навыками распознавания рискогенных с точки зрения права ситуаций;
- 4) овладение навыками нахождения правомерного компромисса между различными интересами и доведения до иных субъектов (руководства, клиента) модели правомерного разрешения проблем;

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», является обязательной дисциплиной.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-2.1; ОПК- 5.2.

Краткое содержание дисциплины: Правовые основы управления информацией. Общие требования к рекламе. Способы распространения рекламы. Реклама отдельных видов товаров и услуг. Правовое регулирование связей с общественностью. Правовые способы защиты репутации. Авторское право в рекламе и связях с общественностью. Средства индивидуализации в маркетинговых коммуникациях.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108 часов / 3 зач. ед.

Промежуточный контроль: зачет

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.О.05.08 «Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы»
для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с
общественностью
направленности: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)

Цель освоения дисциплины: формирование системных профессиональных знаний о профессиональной этике в сфере рекламы и связей с общественностью; умений осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с этическими регуляторами; навыков оценки построения рекламных и PR-коммуникаций с точки зрения этических норм.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в обязательную часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Индекс дисциплины в учебном плане – Б1.О.05.08.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-2.2;ОПК-5.1;ОПК-7.1;ОПК-7.2

Краткое содержание дисциплины:

Мораль в жизни человека и общества, общие моральные понятия; понятие, возникновение и история развития профессиональной этики; профессионально-этические регуляторы в рекламе и связях с общественностью; этика деловых коммуникаций в рекламе и связях с общественностью; этика взаимодействия с потребителем; этические аспекты построения межкультурных коммуникаций в рекламе и связях с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108/3 (часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: зачет

АННОТАЦИЯ

**рабочей программы учебной дисциплины Б1.О.05.09 «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе»
для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)**

Цель освоения дисциплины: является освоение студентами теоретических и практических знаний в сфере коммуникаций, формирование способности к коммуникации в устной и письменной форме для выполнения профессиональных функций связей с общественностью и рекламы с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-5: ОПК-5.2

Краткое содержание дисциплины: понятие, виды и жанры публичной коммуникации, взаимосвязь вербальной и невербальной составляющих, устная и письменная форма, понятие массовой коммуникации; понятие, роль, жанры и стили публичной коммуникации, прагматика речевой коммуникации, технологии и приемы подготовки к публичной коммуникации в рекламе и связях с общественностью.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108 часов/3 зач. ед.

Промежуточный контроль: зачет.

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.О.05.10 «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью»
для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с
общественностью направленности: Реклама и связи с общественностью
в отрасли (в сфере АПК)

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов теоретических и ориентированных на практику знаний об основах теории организации, роли и месте менеджмента в эффективной деятельности и развитии организации, включая социальную ответственность менеджмента, об основах административного управления и мотивации трудовых коллективов. Приобретение студентами основных навыков решения управленческих задач, обеспечения коммуникаций в трудовых коллективах и управления персоналом, решения проблем управления изменениями.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в обязательную часть учебного плана в модуль общепрофессиональной подготовки по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Индекс дисциплины в учебном плане – Б1.О.05.10

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-3.1; УК-3.2; УК-6.1; УК-6.2

Краткое содержание дисциплины:

раскрытие представлений об организации и управлении её деятельностью в условиях быстро меняющейся окружающей среде, включая социальную ответственность менеджмента. При этом студентам даются теоретические основы классического менеджмента, школы человеческих отношений, теории социально-экономических систем, системного и ситуационного анализа. Подробно рассматриваются: методология принятия и реализации управленческих решений; основные функции менеджмента; планирование деятельности организации, её построение, организация мотивации трудовых коллективов и эффективного контроля; коммуникации в коллективах, лидерство, стили управления и менеджмент персонала, управление изменениями. Значительное место занимают проблемы обеспечения социальной ответственности менеджмента и организации в целом и решения задач связи менеджмента организаций с общественностью.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108/3
(часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: зачет.

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.О.05.11 «Социология рекламы и связей с общественностью»
для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с
общественностью
направленности: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)

Цель освоения дисциплины: формирование системных профессиональных знаний о специфике социологического обеспечения рекламной и PR-кампании; умений определять оптимальную стратегию социологического исследования в сфере рекламы и связей с общественностью; навыков разработки программы социологического исследования коммуникативной эффективности рекламной и PR-кампании.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в обязательную часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Индекс дисциплины в учебном плане – Б1.О.05.11.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-4.1; ОПК-4.2

Краткое содержание дисциплины:

Социологическое обеспечение рекламной и PR-кампании; особенности социологического анализа целевой аудитории; стратегия социологических исследований в сфере рекламы и связей с общественностью; методы предварительной проверки коммуникативной эффективности рекламной и PR-кампании; методы постпроверки коммуникативной эффективности рекламной и PR-кампании; подготовка рекомендаций по повышению коммуникативной эффективности рекламы и связей с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108/3 (часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: зачет

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины Б1. О. 05. 12
«ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01
«Реклама и связи с общественностью», направленность: «Реклама и связи с
общественностью в отрасли (в сфере АПК)»

Цель освоения дисциплины - удовлетворить возникшую потребность в освоении специальных направлений практической психологии (медиапсихологии, психологии рекламы и PR) при подготовке будущих бакалавров к практической деятельности.

Место дисциплины в учебном плане: Б1. О. 05. 12, входит в обязательную часть дисциплин, осваивается в 6 семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-5.2, ОПК-4.2.

Краткое содержание дисциплины:

Теоретические и методологические проблемы психологии рекламы. Психологические основы воздействия в рекламе и проблема выбора. Психологическое воздействие рекламы на потребителя. Психология процесса коммуникации. Восприятие, внимание и понимание в современных массовых коммуникациях. Психологические аспекты массового поведения. Социальное влияние в процессе массовой коммуникации. Социальные установки в массовом сознании. Психология творчества журналиста. Психологическое содержание направлений «паблик рилейшнз». Психология PR-взаимодействий со СМИ и в формировании корпоративной культуры организации.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108 часов (3 зач. ед.).

Промежуточный контроль: зачет в 3-м семестре, экзамен в 6-м семестре.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины Б1.О.05.13 «Организация и проведение коммуникационных кампаний»

для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)

Цель освоения дисциплины: освоение понятийного аппарата и основных теоретических положений в организации и проведении коммуникационных кампаний, приобретение умений и навыков планирования и реализации видов работ в рамках коммуникационных кампаний.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-3: УК-3.1; УК-3.2; УК-6: УК-6.1; УК-6.2

Краткое содержание дисциплины: Методологические основы организации и проведения коммуникационной кампании, в т.ч. понятие, специфика и значение коммуникационной кампании в различных отраслях экономики и жизни общества; основные этапы и особенности реализации коммуникационной кампании. Подготовительный этап реализации коммуникационной кампании, в т.ч. постановка задач, виды и методы подготовительных исследований для проведения коммуникационной кампании и их взаимосвязь с планированием коммуникационной кампании. Организация коммуникационной кампании, в т.ч. стратегическое, тактическое планирование реализации. Проведение коммуникационной кампании, в т.ч. реализация событийного ряда, обеспечение работы команды проекта, управление рисками и подведение итогов проведения коммуникационной кампании.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 216 часов/6 зач. ед.

Промежуточный контроль: зачет, курсовая работа в 5 семестре; экзамен в 6 семестре.

АННОТАЦИЯ

**рабочей программы учебной дисциплины Б1.О.05.14 «Основы управление проектами в рекламе и связях с общественностью»
для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)**

Цель освоения дисциплины: приобретение студентами теоретических и практических знаний по управлению проектами в рекламе и связях с общественностью в части планирования, организации и реализации проектной деятельности, формирование навыков и умений применения полученных знаний на практике.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-2: УК-2.1; УК-2.2

Краткое содержание дисциплины: особенности и аспекты управления проектами в рекламе и связях с общественностью, в т.ч. понятие, специфика и значимость проекта в рекламе и связях с общественностью применительно к различным отраслям экономики и социальной сферы, формирование концепции и аспекты управления проектом в рекламе и связях с общественностью; механизмы управления реализацией проекта в рекламе и связях с общественностью, в т.ч. управление организационной частью проекта, управление деятельностью команды проекта, управление ресурсной частью реализации проекта, осуществление контроля реализации проекта в рекламе и связях с общественностью.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108 часов/ 3 зач. ед.
Промежуточный контроль: экзамен.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины «ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ»
для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с
общественностью направленности «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в
сфере АПК)»

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

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в базовую часть учебного плана по направлениям подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Б.1.Б.31) и 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям) (Б.1.Б.22).

Требования к результатам освоения дисциплины:

- в результате освоения дисциплины «Физическая культура и спорт» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью у студентов формируется общекультурная компетенция (ОК – 8). В результате её освоения выпускник должен: *владеть способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.*

- в результате освоения дисциплины «Физическая культура и спорт» по направлению подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям) у студентов формируется общекультурная компетенция (ОК – 8). В результате её освоения выпускник должен: *владеть способностью поддерживать уровень физической подготовки обеспечивающий полноценную деятельность.*

Краткое содержание дисциплины: Учебные занятия по дисциплине «Физическая культура и спорт», проводятся в форме контактной работы и самостоятельной работы. Контактная работа включает теоретические (лекции) и практические учебные занятия.

Теоретических раздел охватывает следующие темы: Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов. Социально-биологические основы физической культуры. Основы здорового образа жизни студента. Физическая культура в сохранении и укреплении здоровья. Общая физическая и спортивная подготовка студентов в образовательном процессе. Профессионально-прикладная физическая подготовка будущих бакалавров. Методические основы самостоятельных занятий физическими упражнениями и самоконтроль в процессе занятий.

Практический раздел охватывает: Определение качественных характеристик результативности образовательно- воспитательного процесса по физической культуре. Методики оценки функционального состояния организма, двигательной активности, суточных энергетических затрат и общей физической работоспособности» - 6 часов. Методы оценки уровня состояния здоровья. Формы занятий физическими упражнениями. Структура и содержание учебного занятия оздоровительной направленности. Средства физической культуры в регулировании умственной работоспособности, психоэмоционального и функционального состояния студентов. Физические упражнения как средство активного отдыха. Методики самостоятельного освоения отдельных элементов профессионально-прикладной физической подготовки. Самоконтроль занимающихся физическими упражнениями и спортом (тестирование двигательных качеств и способностей, оценка физического развития; дневник самоконтроля; освоение приемов массажа и самомассажа).

Самостоятельная работа включает некоторые темы входящие в теоретический раздел дисциплины для закрепления и расширения знаний.

При освоении дисциплины «Физическая культура и спорт» инвалидами и лицами с ОВЗ учитываются особенности их психофизического развития и индивидуальные возможности, обеспечивается коррекция нарушений развития и социальная адаптация указанных лиц.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 72 часа (2 зач.ед.)

Промежуточный контроль: зачет.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины Б1.О.06 «БАЗОВАЯ ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА»

для подготовки бакалавра по направлениям

42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)

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

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть учебного плана по направлениям подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Б.1.В.ДВ.15.01), 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям) (Б.1.В.ДВ.14.01), 38.03.04 Государственное и муниципальное управление (Б.1.В.ДВ.15.01).

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины «Базовая физическая культура» у студентов формируется общекультурная компетенция (ОК – 8). В результате её освоения выпускник должен: *владеть способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности* (кроме направления подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям). Для направления подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям) у студентов формируется общекультурная компетенция (ОК – 8), в результате освоения которой выпускник должен: *владеть способностью поддерживать уровень физической подготовки обеспечивающий полноценную деятельность*.

Краткое содержание дисциплины: Дисциплина «Базовая физическая культура» включает практические учебные занятия, т.е. предполагает только контактную работу.

Для проведения практических занятий по физической культуре и спорту (физической подготовке) формируются учебные группы численностью не более 20 человек с учетом состояния здоровья, физического развития и физической подготовленности обучающихся.

В содержание дисциплины входят разделы: Циклические виды двигательной деятельности и Ациклические виды двигательной деятельности. Раздел Циклические виды двигательной деятельности включают практические занятия по темам «легко-атлетические упражнения», «плавание», «лыжная подготовка». Раздел Ациклические виды двигательной деятельности включают практические занятия по темам «общеразвивающая гимнастика», «баскетбол», «волейбол», «футбол».

Учебная работа по дисциплине «Базовая физическая культура» построена на основе балльно-рейтинговой системы контроля посещаемости и успеваемости студентов.

При освоении дисциплины «Базовая физическая культура» инвалидами и лицами с ОВЗ учитываются особенности их психофизического развития и индивидуальные возможности, обеспечивается коррекция нарушений развития и социальная адаптация указанных лиц.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 328 часов (указанные академические часы являются обязательными для освоения и в зачетные единицы не переводятся).

Промежуточный контроль: зачет.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины «БАЗОВЫЕ ВИДЫ
СПОРТА» для подготовки бакалавра по направлениям 42.03.01
Реклама и связи с общественностью направленность Реклама и связи
с общественностью в отрасли (в сфере АПК) (Б.1.В.ДВ.15.02)

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

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть учебного плана по направлениям подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Б.1.В.ДВ.15.02), 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям) (Б.1.В.ДВ.14.02), 38.03.04 Государственное и муниципальное управление (Б.1.В.ДВ.15.02).

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины «Базовые виды спорта» у студентов формируется общекультурная компетенция (ОК – 8). В результате её освоения выпускник должен: *владеть способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности* (кроме направления подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям). Для направления подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям) у студентов формируется общекультурная компетенция (ОК – 8), в результате освоения которой выпускник должен: *владеть способностью поддерживать уровень физической подготовки обеспечивающий полноценную деятельность*.

Краткое содержание дисциплины: Дисциплина «Базовые виды спорта» включает практические учебные занятия, т.е. предполагает только контактную работу.

Для проведения практических занятий по базовым видам спорта формируются учебные группы численностью не более 20 человек с учетом состояния здоровья, физическогоразвития и физической подготовленности обучающихся.

В содержание дисциплины входят раздел: Спортивная подготовка в избранном виде спорта. Раздел включает практические занятия по темам «Общая физическая подготовка в избранном виде спорта», «Специальная физическая подготовка в избранном виде спорта», «Техническая подготовка в избранном виде спорта» и «Тактическая подготовка в избранном виде спорта». Каждая тема рассматривает спортивную подготовки в следующих видах спорта: игровые виды спорта (бадминтон, баскетбол, стритбол, волейбол, гандбол, футбол, мини-футбол, настольный теннис, теннис, дартс); единоборства (армрестлинг, самбо, вольная борьба, бокс); силовые виды (пауэрлифтинг, гиревой спорт); водные виды спорта (водное поло, плавание, подводный спорт); гимнастика (фитнес-аэробика, черлидинг, эстетическая гимнастика); легкая атлетика; полиатлон; лыжные гонки; адаптивный спорт (инклюзивный бег, шахматы, дартс).

Учебная работа по дисциплине «Базовые виды спорта» построена на основе традиционной системы контроля и успеваемости студентов.

При освоении дисциплины «Базовые виды спорта» инвалидами и лицами с ОВЗ учитываются особенности их психофизического развития и индивидуальные возможности, обеспечивается коррекция нарушений развития и социальная адаптация указанных лиц.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 328 часов (указанные академические часы являются обязательными для освоения и в зачетные единицы не переводятся).

Промежуточный контроль: зачет.

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.01 «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» для подготовки
бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленности: Реклама и связи с
общественностью в отрасли (в сфере АПК)

Цель освоения дисциплины: приобретение студентами теоретических и практических знаний сущности маркетинговых исследований, его основных видов, принципов, функций и методов проведения, а также приобретение умений и навыков исследования внешней и внутренней маркетинговой среды организации, проведение ситуационного анализа в сфере рекламы и связей с общественностью.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в часть учебного плана, формируемую участниками образовательных отношений, по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Индекс дисциплины в учебном плане – Б1.В.01.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПКос-3.1; ПКос-3.2

Краткое содержание дисциплины:

Теоретические основы маркетинговых исследований и ситуационного анализа. Маркетинговая информационная система. Этапы проведения маркетинговых исследований. Организация маркетинговых исследований. Опросные методы исследований. Ситуационный анализ маркетинговой среды аграрной сферы. Ситуационный анализ деятельности конкурентов. Ситуационный анализ экономической эффективности предприятия. Составление отчета о проведенном исследовании.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108/3
(часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: зачет.

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.02 «Основы маркетинга»
для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с
общественностью направленности: Реклама и связи с
общественностью в отрасли (в сфере АПК)

Цель освоения дисциплины: приобретение студентами теоретических и практических знаний сущности маркетинга, его основных видов, принципов, функций и концепций, творчески применять принципы и методы маркетинга и тем самым способствовать решению важнейших социальноэкономических задач.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в часть учебного плана, формируемую участниками образовательных отношений, по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Индекс дисциплины в учебном плане – Б1.В.02.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПКос-3.1; ПКос-3.2; ПКос-3.3

Краткое содержание дисциплины:

Теоретические основы маркетинг. Теоретические основы маркетинга. Система маркетинговых исследований. Исследование рынка в маркетинге. Товар и товарная политика. Цена и ценовая политика. Распределение товаров и товародвижение. Потребитель в системе маркетинга. Маркетинговые коммуникации. Региональный маркетинг. Международный маркетинг. Маркетинг в АПК.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108/3
(часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: экзамен.

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.03 «Основы медиапланирования»
для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи
общественностью направленности: Реклама и связи с общественностью
в отрасли (в сфере АПК)

Цель освоения дисциплины: обеспечить студентам выработку комплекса теоретических знаний и прикладных навыков в сфере взаимодействия со СМИ при планировании рекламных и PR-кампаний.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в часть учебного плана, формируемую участниками образовательных отношений, по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Индекс дисциплины в учебном плане – Б1.В.03.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-1.1; ПКос-4.2; ПКос-2.2

Краткое содержание дисциплины:

Учебная дисциплина «Основы медиапланирования» предусматривает освоение будущими бакалаврами основ планирования медиа-составляющей рекламных и PR-кампаний. Дает представление о целесообразности выбора конкретных СМИ в практике рекламы и PR, о специальных методах определения СМИ для нужд рекламной практики. Значение учебной дисциплины «Основы медиапланирования» заключается в формировании комплекса теоретических и прикладных представлений о планировании взаимодействия со СМИ, обобщении знаний в области проектирования рекламных кампаний и PR-мероприятий, научении составлять медиапланы кампаний.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 72/2
(часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: зачет.

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.04 «Учет затрат, калькулирование и бюджетирование в сфере рекламы и связи с общественностью» для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01
Реклама и связи с общественностью направленности: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)

Цель освоения дисциплины: Целью освоения дисциплины «Учет затрат, калькулирование и бюджетирование в сфере рекламы и связи с общественностью» является углубление теоретических, методологических знаний с использованием практических навыков организации учета затрат, калькулирования, бюджетирования в сфере рекламы и связи с общественностью с учетом отраслевых особенностей сельскохозяйственных организаций, специфики нормативных, плановых, отчетных калькуляций себестоимости продукции, работ, услуг в этих отраслях хозяйства.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в часть учебного плана, формируемую участниками образовательных отношений, по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Индекс дисциплины в учебном плане – Б1.В.04.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПКос-4.2; ПКос-2.2

Краткое содержание дисциплины:

Экономическая сущность затрат, задачи учета и классификация затрат в сфере рекламы и связи с обществом. Учет затрат в системе производства и управления: производственные (затраты на осуществление PR проектов) и непроизводственные (расходы периода). Группировка и распределение затрат. Учет прямых (основных) и косвенных (накладных) затрат. Общие положения по исчислению себестоимости продукции. Принципы калькулирования, его объект и методы. Виды себестоимости PR проекта. Себестоимость продукции (PR проекта): ее состав и виды. Отражение формирования себестоимости на счетах бухгалтерского учета. Состав бюджета PR проекта. Отражение формирования и исполнения бюджетов на счетах бухгалтерского (управленческого учета).

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 72/2
(часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: зачет.

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.05 «Современная пресс-служба»

для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»

Цель освоения дисциплины: формирование знаний по работе с современной пресс-службы, умений выполнения задач и функций специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью в коммуникационной сфере, навыков работы со средствами массовой информации и новыми медиа, применения знаний по работе в современном медиа пространстве на предприятиях АПК.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в обязательную часть учебного плана, «Социально-гуманитарный» модуль по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Индекс дисциплины в учебном плане – Б1.В.05.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПКос-4.1; ПКос-4.2; ПКос-4.3.

Краткое содержание дисциплины:

современная медиасистема, мультимедийность и конвергентность российских и зарубежных средств массовой информации, новые и социальные медиа как эффективный инструмент коммуникации, особенности взаимодействия с целевыми аудиториями в сетевом пространстве, тексты для размещения в социальных сетях и новых медиа, специальные мероприятия по привлечению средств массовой коммуникации и аудитории, блогосфера и принципы работы с блогерами, работа с сайтом компании страницами в социальных сетях

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108/3 (часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: экзамен

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.06
«СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В КРИЗИСНЫХ СИТУАЦИЯХ»

для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01
«Реклама и связи с общественностью», направленность: «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»

Цель освоения дисциплины – это усвоение бакалаврами необходимых знаний и практических навыков применения механизмов коммуникативного воздействия в условиях кризиса по минимизации различных опасностей для публичности, оптимизации работы по постепенному устранению кризисной ситуации.

Место дисциплины в учебном плане:

Б1.В. 06, входит в вариативную часть дисциплин, осваивается в 7 семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3.

Краткое содержание дисциплины:

Понятия «кризис», «антикризисная программа», «кризисное управление», «кризисные отрасли». Подготовка к кризисным ситуациям. Преодоление кризиса.

Восстановление после кризиса. Конфликт и «тлеющий» кризис как повседневная реальность. Универсальные циклы действий в конфликтных ситуациях. Локальные приемы и механизмы управления конфликтами. Комплексная стратегия антикризисных коммуникаций в ходе реализации социально-экономического проекта. Экологическая деятельность как фактор стимулирования социального конфликта и стратегия его нейтрализации. Антибрендинг как способ «разжигания» или «гашения» конфликта.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 72 часа (2 зач.ед).

Промежуточный контроль: зачет - в 7-м семестре.

Аннотация

рабочей программы учебной дисциплины

Б1.В.07 «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленности: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)

Цель освоения дисциплины: получение теоретических знаний о роли рекламы и связей с общественностью в коммерческих организациях для продвижения товаров и услуг, организации внутрикорпоративного PR, о значении репутации и имиджа компании, инструментах и технологиях PR.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в часть учебного плана, формируемую участниками образовательных отношений по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Индекс дисциплины в учебном плане – Б1.В.07.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПКос-2.1; ПКос-2.3.

Краткое содержание дисциплины:

Связи с общественностью и реклама в коммерческой сфере. Основные понятия.

Особенности организации рекламной деятельности и PR-деятельности в коммерческой сфере, в секторах B2C и B2B. Оценка эффективности рекламной и PR-деятельности. KPI.

Инструменты и технологии PR-деятельности в коммерческой сфере.

Управление имиджем организации. Репутация и репутационный менеджмент.

Социальная ответственность бизнеса.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108/3 (часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: зачет и курсовой проект в 7 семестре

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины Б1. В.06
«РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ОРГАНАХ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ»

для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01

« Реклама и связи с общественностью», направленность: «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»

Цель освоения дисциплины – обеспечить студентам выработку комплекса теоретических знаний и прикладных навыков в сфере рекламных и PR- технологий в области политики и государственного строительства.

Место дисциплины в учебном плане:

Б1.В.08, входит в вариативную часть обязательных дисциплин, осваивается в 8 семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПК-4.1, ПК-4.2

Краткое содержание дисциплины:

Политический PR в системе связей с общественностью. Система коммуникаций рекламы и PR в сфере политики и государственного строительства. Становление системы политического и государственного PR в современной России. Организационная и правовая база управления связей с общественностью в политике и государственном строительстве. PR в государственных структурах. PR - деятельность политических партий и общественных организаций. Имиджевые стратегии политического и государственно-административного PR. Медиа технологии политического и государственно - административного PR. Реклама в политических и государственно-административных PR-технологиях. Современные антикризисные технологии в PR.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108 часов (Зач.ед).

Промежуточный контроль: зачет - в 8-м семестре.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.09
«ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МЕДИАПЛАНИРОВАНИИ»
для подготовки бакалавра по направлению
42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленности
«Реклама и связи с общественностью
в отрасли (в сфере АПК)»

Цель освоения дисциплины: изучение технологии медиопланирования в онлайн и оффлайн среде при реализации коммуникационного продукта, применение цифровых устройств, платформ, программного обеспечения, основных технологий цифровых коммуникаций в медиопланировании, в организации специальных мероприятий, рекламных кампаний с различными целевыми группами.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в часть, формируемая участниками образовательных отношений учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **УК-1.1; УК- 1.2; ОПК-6.1; ОПК-6.2; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-1.5**

Краткое содержание дисциплины:

Теоретические основы медиопланирования: медиамониторинг, медианализ, медиоплан. Основные этапы разработки медиоплана. Оценка эффективности медиоплана. Планирование рекламной кампании: стратегия, тактика и оптимизация размещения рекламы. Этапы рекламной кампании. Специализированное программное обеспечение в медиопланировании. Медиопланирование в онлайн и оффлайн среде. Технологии цифровых коммуникаций в медиопланировании.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108/3 (часы/зач. ед.).

Промежуточный контроль: зачёт в 7 семестре.

**Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины**

**Б1.В.10 «Технологии рекламы и связей с общественностью» для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленности: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)**

Цель освоения дисциплины: формирование современных представлений о коммуникативных и технологических возможностях рекламы и связей с общественностью, об эффективных и инновационных инструментах рекламы и связей с общественностью, специфике применения технологий рекламы и связей с общественностью в различных сферах.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в часть учебного плана, формируемую участниками образовательных отношений по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Индекс дисциплины в учебном плане – Б1.В.10.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-2.2; ПКос-3.1

Краткое содержание дисциплины:

Сущность технологий PR. Разработка технологии PR и ее характерные признаки. Инструменты PR-технологий. Технологии информационного PR. Ньюсджекинг. Спин-докторинг. Медиация и фасилитация как PR-технологии.

Интернет-технологии. Мобильный маркетинг, технологии SMS-маркетинга. Технологии устроительного PR. Флэш-моб: понятие, функции, разновидности. Роуд-шоу как эффективная бизнес-технология.

PR-технологии в разных сферах. PR-технологии в политике. Политические кампании. Технология лоббирования. Технологии манипулирования общественным мнением. Информационные войны.

PR-технологии в привлечении инвестиций. Краудсорсинг. Краудфандинг. Эффективные технологии рекламы. Инновационные технологии в рекламе. Light-in-Print. Video-in-Print. Audio-in-Print. Touch-in-Print. New Exclusive 3D Effect. Taste-in-Print. Smell-in-Print. Бумажная архитектура. Webkey. Интерактивная реклама. Instore&Outdoor. Видео и аудио открытки.

Нестандартные рекламные носители и форматы их использования.

Интернет-технологии в рекламе. Медийная (баннерная) реклама. Digital реклама. Вирусная реклама. Контекстная реклама. Реклама в RSS-каналах.

Инфографика как способ визуализации информации.

Виртуальная реальность и дополненная реальность в рекламе.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108/3 (часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: экзамен.

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.11 «Редактирование рекламных и PR-текстов» для подготовки бакалавра
по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности:
Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)

Цель освоения дисциплины: формирование современных представлений о коммуникативных и технологических возможностях рекламы и связей с общественностью, об эффективных и инновационных инструментах рекламы и связей с общественностью, специфике применения технологий рекламы и связей с общественностью в различных сферах.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в часть учебного плана, формируемую участниками образовательных отношений по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Индекс дисциплины в учебном плане – Б1.В.11.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПКос-1.1; ПКос-1.2

Краткое содержание дисциплины:

Текст как объект литературного редактирования. Основная функция литературного редактирования. Общая схема работы редактора над текстом. Виды информации. Основные законы логического мышления. Требования к композиции авторского текста. Выбор заголовка. Рубрикация.

Приемы редактирования текстов. Знаки корректуры. Виды чтения. Виды правки. Правка-обработка, правка-переделка, правка-сокращение, правка-вычитка.

Виды фактического материала. Цитирование в тексте. Цифры в тексте. Таблицы в тексте. Виды таблиц. Рисунки в тексте. Подписи к рисункам.

Редактирование звучащего текста.

Редактирование телевизионного текста «бегущая строка».

Редактирование рекламного текста.

Рейтинг. SEO-копирайтинг.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108/3
(часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: экзамен.

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.12 «Брендинг»
для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с
общественностью
направленности: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)

Цель освоения дисциплины: формирование системных профессиональных знаний о брендинге как процессе создания бренда, умений выполнения задач по моделированию бренда, навыков разработки идентичности бренда.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть учебного плана (часть, формируемую участниками образовательных отношений) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Индекс дисциплины в учебном плане – Б1.В.12

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПКос-3.1; ПКос-3.2; ПКос-3.3

Краткое содержание дисциплины:

Понятия «бренд» и «брендинг»; «концепция бренда»; слагаемые силы бренда; архитектура бренда; моделирование бренда; концепция идентичности бренда; разработка вербальных и визуальных идентификаторов бренда; бренд-бук

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108/3 (часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: экзамен

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.12 «Брендинг»
для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с
общественностью
направленности: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)

Цель освоения дисциплины: формирование системных профессиональных знаний о брендинге как процессе создания бренда, умений выполнения задач по моделированию бренда, навыков разработки идентичности бренда.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть учебного плана (часть, формируемую участниками образовательных отношений) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Индекс дисциплины в учебном плане – Б1.В.12

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПКос-3.1; ПКос-3.2; ПКос-3.3

Краткое содержание дисциплины:

Понятия «бренд» и «брендинг»; «концепция бренда»; слагаемые силы бренда; архитектура бренда; моделирование бренда; концепция идентичности бренда; разработка вербальных и визуальных идентификаторов бренда; бренд-бук

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108/3 (часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: экзамен

АННОТАЦИЯ

**рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.13
«ПЕРЕГОВОРНЫЙ ПРОЦЕСС»**

**для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01
«Реклама и связи с общественностью», профиль: «Реклама и связи с
общественностью в отрасли (в сфере АПК)»**

Цель освоения дисциплины – усвоение бакалаврами основных принципов подготовки к переговорам: правил формирования переговорного досье, раскрытия основных положений разработки переговорной концепции, правил определения стратегии и тактики переговоров, формирования повестки дня, выбора времени, места и состава делегации.

Место дисциплины в учебном плане:

Б1.В. 13, входит в вариативную часть дисциплин, осваивается в 7 семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-4.1, ПКО-2.4.

Краткое содержание дисциплины:

Понятие, общие принципы деловых коммуникаций. Основные виды служебно-делового общения. Вербальные и невербальные средства в деловом общении. Язык и стиль делового общения. Этика деловых коммуникаций. Имидж делового человека и его влияние на переговорный процесс. Индивидуальные стили ведения переговоров. Психология переговорного процесса. Манипулирование сознанием в переговорном процессе. Переговоры с зарубежным партнером. Особенности подготовки проведения переговоров. Этапы проведения переговоров. Основные стратегии ведения переговоров. Аргументация в переговорном процессе. Полемика в переговорном процессе. Слушание в переговорном процессе.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108 часов (3 зач.ед).

Промежуточный контроль: экзамен - в 7-м семестре.

Аннотация

рабочей программы учебной дисциплины

Б1.В.14 «Корпоративная культура» для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)

Цель освоения дисциплины: дать необходимые знания о понятии, основах, типологии, структуре, содержании, основных компонентах и формах выражения корпоративной культуры, сформировать представление о требованиях к ее формированию в коллективе, о принципах и методах поддержания имиджа организации, о влиянии корпоративной культуры на организационную эффективность.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в часть учебного плана, формируемую участниками образовательных отношений по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Индекс дисциплины в учебном плане – Б1.В.14.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-5.1; ПКос-4.1; ПКос-4.3

Краткое содержание дисциплины:

Базовые понятия, лежащие в основе корпоративной культуры. Назначение корпоративной культуры. Связь национальной культуры и корпоративной культуры. Подходы к пониманию сущности корпоративной культуры. Функции корпоративной культуры (внешние, внутренние) и их характеристика. Формы трансляции миссии и ценностей внутри компании через стандарты взаимодействия между сотрудниками, корпоративные мероприятия и т.д.

Внутренний PR. Мотивация сотрудников средствами корпоративной культуры. Структура и содержание корпоративной культуры. Основные элементы корпоративной культуры. Уровни корпоративной культуры. Ценности корпоративной культуры и их типология. Доминирующая культура и субкультуры. Понятие контркультур и их виды. Субъективная и объективная, позитивная и негативная корпоративная культура и критерии их разграничения. Соотношение одной или нескольких субкультур в организации.

Типология корпоративных культур. Способы формирования корпоративной культуры. Анализ текущего состояния корпоративной культуры и корпоративного климата в организации. Официальные документы, регламентирующие корпоративную культуру. Внешние атрибуты корпоративного стиля: символика, аксессуары, стандарты поведения и имиджа сотрудников. Корпоративная символика, ее виды, роль и значение для имиджа организации. Этические корпоративные документы.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108/3 (часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: зачет.

Аннотация

рабочей программы учебной дисциплины

Б1.В.15 «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере» для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленности: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)

Цель освоения дисциплины: получение теоретических знаний о принципах функционирования рекламной деятельности, а также деятельности по связям с общественностью в АПК и практических навыков подготовке и проведении рекламных и PR-кампаний, формировании имиджа предприятий системы АПК.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в часть учебного плана, формируемую участниками образовательных отношений по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Индекс дисциплины в учебном плане – **Б1.В.15**.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПКос-2.1; ПКос-2.3

Краткое содержание дисциплины:

История PR-деятельности в сфере сельского хозяйства. Структура и возможности агропромышленных союзов и общественных объединений в АПК. Российское аграрное движение. Практика взаимодействия PR-служб агрофирм с официальными лоббистскими структурами в Правительстве и Парламенте. Взаимодействие PR-служб агрофирм с муниципальными и областными органами власти. Взаимодействие PR-служб агрофирм с пресс-службой Минсельхоза.

Взаимодействие PR-служб аграрных компаний с населением.

Аграрные медиа-группы. Аграрные СМИ. Типы аграрных газет и журналов в России. Аграрные радиостанции в России. Аграрное телевидение. Аграрные и тематические передачи на ТВ.

Имидж предприятий сферы АПК

Информационные войны в аграрной сфере и противостояние им.

Аграрные выставки как инструмент PR-деятельности. Работа служб PR на аграрных выставках.

Реклама в АПК. История аграрной рекламы. Интегрированные маркетинговые коммуникации и продвижение. Планирование и организация рекламной деятельности в сфере АПК. Средства распространения рекламы в деятельности структур АПК. Интернет как средство распространения рекламы в сфере АПК. Аграрные интернет-сайты.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108/3 (часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: экзамен

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.15 «Реклама и связи с общественностью в сфере АПК» для подготовки
бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленности: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)

Цель освоения дисциплины получение теоретических знаний о принципах функционирования рекламной деятельности, а также деятельности по связям с общественностью в АПК и практических навыков подготовке и проведении рекламных и PR-кампаний, формировании имиджа предприятий системы АПК.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в часть учебного плана, формируемую участниками образовательных отношений, по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Индекс дисциплины в учебном плане – Б1.В.15.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПКос-2.1; ПКос-2.3

Краткое содержание дисциплины:

История PR-деятельности в сфере сельского хозяйства. Структура и возможности агропромышленных союзов и общественных объединений в АПК. Российское аграрное движение. Практика взаимодействия PR-служб агрофирм с официальными лоббистскими структурами в Правительстве и Парламенте. Взаимодействие PR-служб агрофирм с муниципальными и областными органами власти. Взаимодействие PR-служб агрофирм с пресс-службой Минсельхоза.

Взаимодействие PR-служб аграрных компаний с населением.

Аграрные медиа-группы. Аграрные СМИ. Типы аграрных газет и журналов в России.

Аграрные радиостанции в России. Аграрное телевидение. Аграрные и тематические передачи на ТВ.

Имидж предприятий сферы АПК

Информационные войны в аграрной сфере и противостояние им.

Аграрные выставки как инструмент PR-деятельности. Работа служб PR на аграрных выставках.

Реклама в АПК. История аграрной рекламы. Интегрированные маркетинговые коммуникации и продвижение. Планирование и организация рекламной деятельности в сфере АПК. Средства распространения рекламы в деятельности структур АПК. Интернет как средство распространения рекламы в сфере АПК. Аграрные интернет-сайты.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108/3
(часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: экзамен.

Аннотация
Рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.16 «Иностранный язык в профессиональной сфере»
для подготовки бакалавра по направлению
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

направленность: «Реклама и связи с общественностью в отрасли (АПК)»

Цель дисциплины «Иностранный язык в профессиональной сфере» – формирование коммуникативной компетенции обучающихся в ее языковом, социокультурном аспектах для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, а также для успешного осуществления профессиональной деятельности в условиях межкультурной профессиональной коммуникации.

Наряду с практической целью – обучение общению – данный курс также ставит образовательные и воспитательные цели, которые включают расширение кругозора студента о стране изучаемого языка, повышение общекультурного уровня студента, формирование уважительного отношения к духовным и культурным ценностям других стран, формирование креативного подхода к решению профессиональных задач.

Место дисциплины в учебном плане: Цикл Б.1, дисциплина «Иностранный язык в профессиональной сфере» включена в дисциплины части, формируемой участниками образовательных отношений, осваивается в 4-5 семестрах.

Требования к результатам освоения дисциплины: В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-4.

Краткое содержание дисциплины: *Раздел 1. «Реклама и связи с общественностью как профессиональная деятельность и отрасль бизнеса»*

Государство. Общество. Социальные функции СМИ. Раздел 2. «Межкультурные коммуникации» Культурная картина мира. Культурные ценности и нормы. *Раздел 3. «Массовая информация и ее роль в современном мире»* Глобализация информационных процессов. Технические средства массовой коммуникации. *Раздел 4. «Социальные функции массовой информации»* Профессионально-этические правила и нормы в сфере журналистики и рекламы. Свобода СМИ и социальная ответственность. *Раздел 5. «Государство и право»* Дискриминация и политкорректность. Роль стереотипов в процессе массовой коммуникации. Понятие социального статуса. *Раздел 6. «Современные информационные технологии»* Координация информационных процессов. Коммуникативные приемы и современные информационные технологии.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 216 часов (6 зач.ед.)

Промежуточный контроль: зачет (4 семестр), экзамен (5 семестр).

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.17 «Брендинг территорий»
для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с
общественностью
направленности: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)

Цель освоения дисциплины: формирование системных профессиональных знаний о специфике брендинга территории как современного вида маркетинговой деятельности; умений выполнения задач по диагностика восприятия территории различными целевыми группами; навыков разработки программы продвижения территориального бренда.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть учебного плана (часть, формируемую участниками образовательных отношений) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Индекс дисциплины в учебном плане – Б1.В.17

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПКос-3.1; ПКос-3.2; ПКос-3.3

Краткое содержание дисциплины:

Понятие, цели, функции, генезис брендинга территории; основные виды и направления брендинга территории; диагностика восприятия территории различными целевыми группами; разработка бренд-стратегии и концепции бренда территории; разработка системы идентификаторов территориального бренда; разработка программы продвижения территориального бренда; управление территориальным брендом.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108/3 (часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: экзамен

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.01.01 «История рекламы» для подготовки бакалавра по направленности 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»

Цель освоения дисциплины: дать необходимые знания об истории развития отечественной и зарубежной рекламы, дать представление об эволюции средств передачи рекламного сообщения, показать различия и сходства развития коммерческой, социальной и политической рекламы, сформировать понимание развития правовой регламентации рекламы в исторической перспективе.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть дисциплин по выбору учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-1.1; ПКос-1.1.

Краткое содержание дисциплины: Зарождение рекламы и ее развитие в доиндустриальных обществах. Реклама в античном мире (понятие агона, альбумы, устная реклама). История средневековой рекламы (глашатаи, герольды и «крики улиц»). Появление вывесок и наружной рекламы. Зарождение печатных периодических изданий в Новое время и рекламных объявлений в прессе. Промышленная революция, капитализм и появление «современной рекламы». (1800-1914 гг.). Техническая модернизация средств наружной рекламы. История дореволюционной российской рекламы: от коробейников и закличек к промышленным выставкам, афишам и объявлениям. Эволюция советской коммерческой, политической и социальной рекламы. Тенденции развития российской рекламы в 1990-е годы. Теории пропаганды. Взаимосвязь рекламы, агитации и пропаганды в годы Первой и Второй мировых войн. «Молодость американской рекламы» (новшества Бенджамина Франклина, афиши Барнума, первое рекламное агентство Палмера). Реклама в США в начале XX века: идеи А. Ласкера, К. Хопкинса, Р. Рубикама и их воплощение. Россер Ривз и создание концепции УТП. «Креативная революции» в американской рекламе 1960-х годов: Л. Барнетт, Д. Огилви, У. Бернбах и др. История социальной рекламы. Особенности американской политической рекламы. Политическая реклама в России в 1990-е годы.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч.

практическая подготовка: 108 час., 3 зач. ед.

Промежуточный контроль: зачет в 1 семестре

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.02.02 «История связей с общественностью» для подготовки бакалавра по направленности 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»

Цель освоения дисциплины: дать необходимые знания об истории развития связей с общественностью в России и зарубежных странах, сформировать у бакалавров представление об эволюции методов построения связей с общественностью, а также понимание развития правовой и этической регламентации PR в исторической перспективе.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть дисциплин по выбору учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-1.1; ПКос-1.1

Краткое содержание дисциплины: Формирование образа власти в государствах Древнего мира. Диалог власти и граждан в Античности. Репрезентация и легитимация власти в европейском Средневековье. Культ Наполеона и появление европейских национализмов в XIX веке. Сценарии власти» различных российских императоров и формирование их образов в «обществе» и «народе». Становление публичной политики в России (1905-1917 годы). (Де) конструирование политических биографий партийных лидеров ведущих партий начала XX века (эсеры, кадеты, социал-демократы, черносотенцы). Зарождение PR в США. Айви Ли – идеи «отца PR». «Декларация принципов» Айви Ли. Эвард Бернейс его «Пропаганда» и введенные им в повседневную практику СО методы. Уолтер Липпман и концепция «общественного мнения». Пропаганда противоборствующих сторон в годы Первой и Второй мировой войны: механизм управления, основные методы, ключевые темы и образы. Образ СССР в США и Западной Европы во время Холодной войны. История появления и развитие «Зеленого пиара». Зарождение и эволюция антикризисного пиара в США. Идеологическая борьба между «красными» и «белыми» в годы Гражданской войны в России. Работа советского агитпропа в 1920-1930-е годы. Ключевые темы и образы пропаганды эпохи правления Н.С. Хрущева и Л.И. Брежнева. Методы и стратегии борьбы Советского Союза за симпатии стран Третьего мира во время Холодной войны. Особенности советской агитации и публичного дискурса времен Перестройки и гласности Политический пиар на выборах в России в 1990 е - годы. PR стратегии ключевых кандидатов на президентских выборах 1996 года. Коммерческий пиар в России 1990-х годов. Формирование личных брендов бизнесменов.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч.

практическая подготовка: 108 час., 3 зач. ед.

Промежуточный контроль: зачет в 1 семестре

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.02.01 «Основы
репутационного менеджмента»
для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с
общественностью направленности Реклама и связи с общественностью в отрасли (в
сфере АПК)

Цель освоения дисциплины: познакомить студентов с основами репутационного менеджмента, сформировать теоретические знания и практические умения в части организации коммуникаций с целевыми аудиториями по формированию и поддержке корпоративной репутации

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПКос-3: ПКос-3.3, ПКос-4: ПКос-4.3.

Краткое содержание дисциплины: понятие и значимость репутации в деловой сфере, в т.ч. репутационный менеджмент как часть связей с общественностью, роль корпоративной культуры в формировании репутации, репутация как нематериальный актив, соотношение понятий имиджа и репутации; технологии формирования и управления деловой репутацией.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 144 часа/4 зач. ед.

Промежуточный контроль: зачет.

Аннотация

**рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В. Д.В. 02.02 «Технологии управления общественным мнением»
для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с
общественностью
направленности: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)**

Цель освоения дисциплины: формирование знаний по управлению общественным мнением, умений выполнения задач и функций специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью в коммуникационной сфере, навыков работы управлению общественным мнением и влиянию на целевые аудитории, применения знаний по управлению общественным мнением в сфере АПК.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в модуль дисциплин по выбору по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Индекс дисциплины в учебном плане – Б.1. В.ДВ.02.02

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПКос-4; ПКос-3.3.

Краткое содержание дисциплины:

концепции общественного мнения, методы изучения общественного мнения, технологии управления общественным мнением, PR как инструмент управления общественным мнением в органах государственной власти, политический маркетинг как инструмент управления общественным мнением, формирование и реализация информационной политики компании в сфере АПК, формирование имиджевой политики компании в сфере АПК, организация взаимодействия со средствами массовой информации и новыми медиа, аналитические исследования аудитории, работа с блогосферой и социальными медиа.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 144/4 (часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: зачет.

Аннотация

рабочей программы учебной дисциплины

Б1.В.ДВ.03.01 «Основы фотографии»

для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Цель освоения дисциплины: получение теоретических знаний о жанрах фотографии, принципах съемки и получение навыков практической покадровой компоновки фоторепортажа для публикации на мультимедийных платформах, в фотовитринах, плакатах, газетах и журналах. Умение снять и скомпоновать фоторепортаж является одним из основных навыков специалиста PR.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина по выбору включена в часть учебного плана, формируемую участниками образовательных отношений по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Индекс дисциплины в учебном плане – Б1.В.ДВ.03.01.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПКос-1.1, ПКос-1.2.

Краткое содержание дисциплины: Фотографическое творчество в системе диахронной и синхронной социально-культурной коммуникации. Фотография и фотожурналистика. Соотношение визуальных и вербальных текстов в журналистике. Появление и развитие фотографии как исторического документа, научного доказательства и художественного произведения. Фотография как самостоятельное средство коммуникации.

Первые фоторепортажи в середине 19 века. Роль А.Ф.Грекова, С.Левицкого, А.О. Карелина Н.П. Андреева в развитии фотографии в России.

Фотографическое творчество как процесс социально–эстетической коммуникации. Фотография как текст, создаваемый и передаваемый с помощью визуальных знаков коммуникации. Фотокоммуникация: семиотические и эстетические аспекты.

Принципы изображения пространства и времени в фотожурналистике. Документальный подход или фотожурналистский стиль. 20-30 е гг. XX века – время создания фоторепортажа строгой документальности.

Изобразительные и выразительные средства фотожурналистики. Понятие картинной плоскости и «рамки» кадра, композиции и линейной композиции. Возможности кадрирования. Выбор темы и объекта фотографирования. Композиция кадра как основополагающая характеристика фотоснимка. Линейная, тональная, цветовая композиции. Линейная перспектива и линейная композиция кадра.

Жанры фотожурналистики.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 144/4
(часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: зачет с оценкой.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.03.02
«ОСНОВЫ ИНФОГРАФИКИ»
для подготовки бакалавров по направлению
42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
направленности «Реклама и связи с общественностью
в отрасли (в сфере АПК)»

Цель освоения дисциплины: формирование знаний в области инфографики как одной из форм графического и коммуникационного дизайна, визуализации данных, текстов рекламы, приобретение умений и навыков работы с программным обеспечением для создания инфографики.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в часть, формируемая участниками образовательных отношений учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-6.1; ОПК-6.2**

Краткое содержание дисциплины:

Инфографика как одна из форм информационного дизайна, представление максимально эффективной информации. Типы инфографики: аналитическая, или цифровая, новостная, конструкционная, рекламная, сравнительная. Инфографика в рекламе. Этапы создания инфографики. Процесс создания инфографики и визуализации данных. Распространенные элементы-инструментарии визуализации: графические символы, фотоизображения, рисунки, типографика. Принципы функционирования. Укрупненные типологические единицы визуализации: репрезентации медийной информации, видео, анимация, карты, принтскрины, облако тегов. Инфографика как разновидность иллюстрации. Инфографика как креолизованный текст. Инфографика как способ представления информации. Тематические принципы функционирования инфографики. Инфографика как продукт графического дизайна в СМИ. Инфографика как основной инструмент визуализации информации в СМИ. Онлайн-сервисы для создания инфографики: Canva, Easel.ly, Piktochart, Venngage, Creately, Vizualize, Google Developers, Visual.ly, InFoto Free, Venngage, Dipity, Get About, Canva Infographic Maker, Google Charts и др.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 144/4 (часы/зач. ед.).

Промежуточный контроль: зачёт с оценкой в 4 семестре.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.04.01
«КОМПЬЮТЕРНАЯ ГРАФИКА 3D, АНИМАЦИЯ В РЕКЛАМЕ»
для подготовки бакалавра по направлению
42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленности
«Реклама и связи с общественностью
в отрасли (в сфере АПК)»

Цель освоения дисциплины: изучение графического программного обеспечения, технического оборудования для осуществления профессиональной деятельности, приобретение практических знаний, умений и навыков, необходимых для самостоятельной разработки рекламных интерактивных текстов и коммуникационных продуктов.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в часть, формируемая участниками образовательных отношений учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-6.1; ОПК-6.2**

Краткое содержание дисциплины:

Виды компьютерной графики: трехмерная, растровая и векторная. Этапы создания трёхмерного изображения. 3D-моделирование. 3D-печать. Программные продукты для 3D-моделирования: Google SketchUp, Autodesk 3D Max, Pixologic Zbrush, Blender. 3D-анимация. Программы для создания 3D-анимации: DAZ Studio, iClone, Aurora 3D Animation Maker. Gif анимация. Программы растровой и векторной графики: Adobe Photoshop, Corel Draw.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 144/4 (часы/зач. ед.).

Промежуточный контроль: зачёт в 5 семестре.

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.04.02 «Основы дизайна» для подготовки бакалавров по направлению
42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности «Реклама и связи
общественностью в отрасли (в сфере АПК)»

Цель освоения дисциплины ознакомление студентов с современными информационными технологиями, компьютерными программами; формирование практических навыков по использованию средств компьютерного дизайна для решения различного рода профессиональных задач.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в часть учебного плана, формируемую участниками образовательных отношений, по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Индекс дисциплины в учебном плане – Б1.В.ДВ.04.02.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПКос-1.2, ПКос-1.1.

Краткое содержание дисциплины:

Понятие компьютерного дизайна, модели, растровой и векторной графики. Базовый набор инструментов и методов преобразования информационной модели изображения. Векторная графика: понятия, программное обеспечение. Растровая графика: понятия, компьютерное изображение. Компьютерная графика. Понятие разрешения виды разрешающей способности. Линиатура. Цвет в растровой графике. Оценка разрешающей способности растра. Форматы файлов растровой графики. Достоинства и недостатки различных форматов. Возможность сжатия растрового изображения. Методы сжатия. Обзор растровых графических редакторов. Использование растровых графических редакторов в рекламе. Понятие цвета. Факторы, влияющие на цвет. Физические принципы формирования оттенков. Цветовое пространство. Способы описания цвета. Цветовые модели RGB, CMY, CMYK, HSB, Lab. Простые и составные цвета. Палитры. Системы управления цветом – калибровка.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 144/4 (часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: зачет.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.05.01 «Реклама и связи с общественностью в агротуризме»

для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)

Цель освоения дисциплины: освоение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков применения коммуникативных технологий в сфере агротуризма для его продвижения на территории Российской Федерации.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПКос-2: ПКос-2.1; ПКос-2.2; ПКос-2.3.

Краткое содержание дисциплины: состояние и перспективы развития агротуризма как основа для постановки и решения коммуникативных задач, технологии и способы продвижения агротуризма в России, в т.ч. коммуникационная среда и позиционирование агротуристического предприятия, планирование и организация коммуникационной деятельности и Интернет как среда для продвижения агротуристического предприятия, использование ресурсов туристической инфраструктуры и событийный ряд как технологии продвижения агротуристического предприятия

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108 часов/3 зач. ед.

Промежуточный контроль: зачет.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.05.02 «Реклама и связи с общественностью в социальной сфере»

для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленности Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)

Цель освоения дисциплины: освоение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков применения коммуникативных технологий в социальной сфере.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПКос-2: ПКос-2.1; ПКос-2.2; ПКос-2.3

Краткое содержание дисциплины: социальная сфера как направление коммуникационной деятельности, социальная реклама как инструмент решения проблем жизни социума, PR-технологии и функции в социальной сфере, планирование и подготовка коммуникационных кампаний в социальной сфере, технологии вовлечения в коммуникацию целевых аудиторий, контроль эффективности реализации коммуникационных кампаний в социальной сфере.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108 часов/3 зач. ед.

Промежуточный контроль: зачет

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.06.01
«Спичрайтинг»
для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с
общественностью

по направленности «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в АПК)»

Цель освоения дисциплины: быстрые изменения в сельскохозяйственном секторе национальной экономики и одновременно в психологии современных людей требуют от сотрудников, обеспечивающих связи юридических лиц с общественностью, овладения искусством вести обне только с населением в целом и с организациями, но и непосредственно с теми, кто лично участвует в этих связях. Поэтому будущий бакалавр должен помимо овладения социологическими, аграрными, психологическими и др. дисциплинами, быть готовым постоянно повышать личную культуру общения, мастерство устной речи с целью быть способным эффективно вести публичное общение, в том числе давать интервью, выступать с речами и участвовать в дискуссиях. Кроме того, сотрудник, обеспечивающий связи с общественностью, должен быть способен подготовить к публичному общению, особенно к выступлению, своих коллег, в том числе подготовить речь, отражающую их сведения, идеи и мнения.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина является дисциплиной по выбору обязательной части дисциплин учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПКос-1.1; ПКос-1.2

Краткое содержание дисциплины: Дисциплина предусматривает овладение основами общей риторики, формирование на высоком уровне коммуникативных умений публичного устного общения, готовности к их применению в поддержании связей с общественностью и к их использованию для подготовки к коллег к публичному общению.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 144 часа / 4 зач. ед.

Промежуточный контроль: зачет

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В. Д.В. 06.02 «Корпоративные СМИ»
для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с
общественностью
направленности: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)

Цель освоения дисциплины: формирование знаний по созданию корпоративных средств массовой информации, умений выполнения задач и функций специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью в коммуникационной сфере, навыков работы со средствами массовой информации и новыми медиа, применения знаний по работе в современном медиа пространстве на предприятиях АПК.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в модуль дисциплин по выбору по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Индекс дисциплины в учебном плане – Б.1. В.ДВ.06.02

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПКос- 1.1; ПКос-1.2.

Краткое содержание дисциплины:
корпоративные средства массовой информации на предприятиях АПК, виды корпоративных средств массовой информации, жанры журналистских текстов, жанры новых медиа, мультимедийность и конвергентность российских и зарубежных средств массовой информации, новые и социальные медиа как эффективный инструмент коммуникации, особенности взаимодействия с целевыми аудиториями в сетевом пространстве, тексты для размещения в социальных сетях и новых медиа, специальные мероприятия по привлечению средств массовой коммуникации и аудитории, блогосфера и принципы работы с блогерами, работа с сайтом компании страницами в социальных сетях

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 144/4 (часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: зачет в 6 семестре.

Аннотация

рабочей программы учебной дисциплины

Б1.В.ДВ.07.01 «Основы копирайтинга» для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)

Цель освоения дисциплины: освоение учащимися теоретических знаний об основных принципах создания рекламного текста и приобретение практических навыков анализа и создания рекламных текстов разных жанров с учетом целевой аудитории и канала распространения.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть учебного плана (часть, формируемую участниками образовательных отношений) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Индекс дисциплины в учебном плане – Б1.В.ДВ.07.01.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПКос-1.1; ПКос-1.2

Краткое содержание дисциплины:

Рекламный текст как коммуникативная единица. Формальные признаки рекламного текста.

Структура вербального компонента рекламного текста. Невербальные компоненты рекламного текста.

Маркетинговая информация в рекламном тексте. Имя бренда. Уникальное торговое предложение. Дополнительная маркетинговая информация. Товарная информация.

Интралингвистические особенности рекламного текста. Фонетика рекламного текста. Лексика рекламного текста. Синтаксис рекламного текста. Читаемость рекламного текста.

Стилистика рекламы. Специфика стиля рекламы. Тропы. Речевые фигуры. Жанры рекламы.

Приёмы речевого воздействия в рекламе. Языковое манипулирование. Имплицитная информация. Приёмы нейролингвистического программирования в рекламе. Аргументация в рекламе.

Тексты различных средств рекламы. Реклама в печатных изданиях. Реклама на радио и ТВ. Интернет-реклама.

Экспертная оценка рекламного текста. Коммуникативная эффективность рекламы. Этнокультурные особенности рекламных текстов.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108/3 (часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: зачет

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.07.02 «Основы нейминга» для подготовки бакалавра по направлению
42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности: Реклама и связи с
общественностью в отрасли (в сфере АПК)

Цель освоения дисциплины: освоение учащимися теоретических знаний о нейминге, об основных принципах создания коммерческого имени и приобретение практических навыков анализа и создания коммерческих названий.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть учебного плана (часть, формируемую участниками образовательных отношений) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Индекс дисциплины в учебном плане – Б1.В.ДВ.07.02.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПКос-1.1; ПКос-1.2

Краткое содержание дисциплины:

Ономастика как наука об именах собственных. Ономастика и нейминг. Личные имена. Патронимы. Историко-культурные антропонимы. Фольклорно-мифологические и литературные имена. Псевдонимы и прозвища. Антропонимы-гиперонимы. Топонимы. Названия, связанные с явлениями природы. Онимизация апеллятивов.

Коммерческая номинация. Прагматонимы. Эргонимы.

Фонетические правила нейминга. Вокализм гласных. Консонантизм согласных. Аллитерация. Благозвучие.

Словообразование в нейминге. Основные модели. Аббревиация. Создание неологизмов как разновидность нейминга. Графогибридизация.

Нейминг и языковая норма. Нарушение графических и орфографических норм.

Алгоритм создания эффективных коммерческих названий.

Нейминговая экспертиза. Предмет и задачи нейминговой экспертизы.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108/3 (часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: зачет

Аннотация
рабочей программы практики
Б2.В.01.01 (У) «Профессионально-ознакомительная практика» для
подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с
общественностью
направленности: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)

Цель прохождения практики: формирование первоначальных представлений о функционировании различных подразделений/компаний, занятых в сфере рекламы и/или связей с общественностью, формирование первичных навыков профессиональной деятельности.

Место практики в учебном плане: практика включена в вариативную часть Блока 2 учебного плана (часть, формируемая участниками образовательных отношений) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Индекс дисциплины в учебном плане – Б2.В.01.01 (У).

Требования к результатам прохождения практики: в результате прохождения практика формируются следующие компетенции: УК-3.1. УК- 3.2, ПКос-4.1, ПКос-4.2.

Краткое содержание практики:

Экскурсии в редакции СМИ, коммуникационные агентства, рекламные агентства, выставочные комплексы, музеи и научные подразделения Университета и профильные подразделения компаний, с которыми у РГАУ- МСХА имени К.А. Тимирязева заключены соответствующие договоры. Обсуждение экскурсий и выполнение творческих индивидуальных и групповых заданий руководителя практики.

Заполнение дневника и отчета по практике в соответствии с требованиями программы.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 324/9
(часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: зачет с оценкой.

Аннотация
рабочей программы производственной практики Б2.О.01(П)
«Профессионально-творческая практика»
для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с
общественностью
направленности: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)

Цель прохождения практики: формирование расширенных представлений о функционировании и развитии коммуникационных структур, получение разностороннего опыта работы в коллективе или в конкретном коммуникационном проекте, развитие профессиональных умений и навыков, полученных в процессе второго и третьего года обучения.

Место практики в учебном плане: практика включена в обязательную часть Блока 2 учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Индекс дисциплины в учебном плане – Б2.О.01(П).

Требования к результатам прохождения практики: в результате прохождения практика формируются следующие компетенции: УК-2.1. УК- 2.2, ОПК-1.1, ОПК-1.2.

Краткое содержание практики:

Работа в статусе практиканта в конкретном подразделении или агентстве индустрии рекламы и связей с общественностью. Выполнение заданий руководителя практики от организации индивидуально и/или в составе творческого коллектива.

Заполнение дневника и отчета по практике в соответствии с требованиями программы.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 432/12
(часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: зачет с оценкой в 4 и 6 семестрах.

Аннотация
рабочей программы производственной практики Б2.О.01.02(П)
«Преддипломная практика»
для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с
общественностью; направленности: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в
сфере АПК)

Цель прохождения практики: подготовка выпускной квалификационной работы, являющейся обязательной частью государственной итоговой аттестации.

Место практики в учебном плане: практика включена в обязательную часть Блока 2 учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Индекс дисциплины в учебном плане – Б2.О.01.02(П).

Требования к результатам прохождения практики: в результате прохождения практика формируются следующие компетенции: УК-1.1, УК- 1.2, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2.

Краткое содержание практики:

Работа в статусе стажера в конкретном подразделении или агентстве индустрии рекламы и связей с общественностью. Поиск, отбор и изучение необходимой для написания ВКР информации. Осуществление и/или завершение экспериментального или проектного этапа работы над выпускной квалификационной работой, анализ и систематизация собранных сведений, интерпретация полученных результатов, разработка собственного рекламного, коммуникационного или PR-проекта.

Заполнение дневника и отчета по практике в соответствии с требованиями программы.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 216/6
(часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: зачет с оценкой.

**Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины ФТД.01
«История журналистики»
для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с
общественностью
по направленности «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере
АПК)»**

Цель освоения дисциплины: выработать у будущих бакалавров исторический подход к анализу актуальных проблем журналистики, видение исторической перспективы ее развития, способность учитывать достижения и неудачи предыдущих поколений журналистов при определении направлений развития журналистики.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в факультативную часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-3.1; ОПК-3.2; ПКос-1.2; ПК-3.2.

Краткое содержание дисциплины: Предусматривает освоение будущими бакалаврами основных сведений о зарождении и развитии журналистики, формировании современного состояния. Дает представление об истории средств массовой информации разных видов, исторических этапах развития журналистского творчества, о формировании направлений в журналистике.

Общая трудоемкость дисциплины / в т.ч. практическая подготовка: 108 часов / 3 зач. ед.

Промежуточный контроль: зачет

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины ФТД.02
«Риторика и технологии межличностного общения»
для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с
общественностью
по направленности «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в АПК)»

Цель освоения дисциплины: быстрые изменения в сельскохозяйственном секторе национальной экономики и одновременно в психологии современных людей требуют от сотрудников, обеспечивающих связи юридических лиц с общественностью, овладения искусством общения не только с населением в целом и с организациями, но и непосредственно с теми, кто лично участвует в этих связях. Поэтому студент и будущий бакалавр должен помимо овладения социологическими, аграрными, психологическими и др. дисциплинами, быть готовым постоянно повышать личную культуру общения, мастерство устной речи с целью быть способным вести личное профессиональное общение на высоком уровне, используя современные методы и приемы эффективного взаимодействия с собеседником, в том числе умение выражать свою мысль в устной форме в контактах бегло, ясно и убедительно.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в факультативную часть дисциплин учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции УК-4.1; УК-4.2; ОПК-1.1; ОПК-1.2; ПКос-1.1.

Краткое содержание дисциплины: Дисциплина предусматривает формирование на высоком уровне общих коммуникативных умений в устном межличностном общении, готовности к их применению в поддержании связей с общественностью и к постоянному совершенствованию этих умений.

Общая трудоемкость дисциплины: 108 часов / 3 зач. ед.

Промежуточный контроль: зачет