

## **АННОТАЦИЯ**

### **рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.1 «ФИЛОСОФИЯ» для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 – РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

**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.Б.1, базовая часть, дисциплина осваивается во 2 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-1.**

**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** составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен.

## **АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.2 «ИСТОРИЯ»  
для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 «Реклама и  
связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с  
общественностью в отрасли (в сфере АПК)»**

**Цель освоения дисциплины:** формирование у студентов представлений об основных этапах и содержании отечественной истории и системного понимания истории политического и культурного развития народов Российской Федерации; овладение теоретическими основами и методологией изучения истории; выработка собственной точки зрения на прошлое и настоящее.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Цикл Б1.Б, базовая часть, дисциплина осваивается в 1 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-2.**

**Краткое содержание дисциплины:** История и историческая наука. Древнерусское государство IX - нач. XII вв. Русские земли и княжества в XII - XIII вв. Образование Московского государства в XIV - XV вв. Российское государство во второй половине XV - XVI вв. Россия в XVII столетии. Российская империя в XVIII в. Реформы Петра I и Екатерины II. Россия в первой половине XIX в. Россия в эпоху буржуазных реформ и контрреформ второй половины XIX в. Россия на рубеже XIX - XX вв. Россия в 1907-1917 гг.: от третьеиюньской политической системы к октябрю 1917 г. Октябрьская революция 1917 г. и гражданская война в России 1918 - 1920 гг. Советская Россия в годы новой экономической политики и форсированного строительства «государственного социализма» (коллективизация, индустриализация). Политический режим СССР 1930-х гг. Советский Союз в годы Великой Отечественной войны 1941-1945 гг. СССР в послевоенный период 1945-1985 гг.: успехи и трудности социально-экономического и политического развития. Советский Союз в годы «перестройки и нового политического мышления». Распад СССР 1991 г.: причины и последствия. Российская Федерация на современном этапе: основные направления внутренней и внешней политики. Россия в условиях глобализации мирового пространства.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 3 зач.ед. (108 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен.

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б3**  
**«ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (английский, немецкий, французский)» для**  
**подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с**  
**общественностью», «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в**  
**сфере АПК)».**

**Цель освоения дисциплины:** формирование и повышение культурно-языковой и коммуникативной компетенции обучающихся в ее языковом, социокультурном аспектах для успешного осуществления профессиональной деятельности в условиях межкультурной коммуникации, а также развитие у студентов конкретного уровня владения отдельными видами речевой деятельности, которые определяются ситуациями использования иностранного языка.

**Место дисциплины в учебном плане:** Цикл Б1.Б.3 базовая часть, дисциплина осваивается в 1-3 семестрах.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируется компетенции ОК-5, ПК-6.

**Краткое содержание дисциплины:** Проблемы современной молодежи. Система высшего образования в России и за рубежом. Изучение иностранного языка. Знакомство со страной изучаемого языка. Психологические аспекты процесса коммуникации. Экономический рост и развитие в современном мире. Гуманитарные технологии. Экологическое право.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 10 зачетных единиц (360 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен в конце 1-го и 3-го семестров, зачет в конце 2-го семестра.

**Название файла:** 42.03.01\_Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)\_ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК.doc

**Год начала подготовки:** 2017

## **АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.4  
«РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ» для подготовки бакалавра  
по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»**

**Цель освоения дисциплины:** дать необходимые знания о современном русском литературном языке как нормированном варианте национального русского языка; о видах речевой деятельности и их особенностях; структуре, закономерностях функционирования, стилистических ресурсах русского литературного языка; дать представление об образцах коммуникативно совершенной речи, обучив основам научной, деловой, публичной речи; научить соблюдать правила речевого этикета, принятого в обществе; сформировать коммуникативно-речевые умения и, необходимые для профессиональной деятельности; научить выбирать речевую стратегию в зависимости от целей и задач общения; сформировать осознанное отношение к своей речи, способствуя личностной потребности в ее совершенствовании.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Цикл Б.1, обязательных дисциплин вариативной части, дисциплина осваивается в 1 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-5, ОПК-3, ПК-6, ПК-11.**

**Краткое содержание дисциплины:** Язык как знаковая система передачи информации. Язык и речь: социальные функции языка, коммуникативные качества речи. Виды речевой деятельности. Устные и письменные формы речи, диалогическая и монологическая речь. Три аспекта культуры речи: нормативный коммуникативный, этический. Функциональная дифференциация литературного языка. Функциональные стили речи: научный, официально-деловой, публицистический, разговорный. Язык художественной литературы. Разговорная и книжная речь. Взаимодействие функциональных стилей речи. Понятие языковой нормы. Коммуникативная целесообразность языковой нормы. Характерные черты нормы. Типология норм: орфоэпические, лексические, морфологические, синтаксические, стилистические, орфографические, пунктуационные нормы. Понятие научного стиля речи. Сфера употребления научного стиля речи. Стилиевые черты и языковые особенности: лексика, морфологические особенности и синтаксический строй научной речи. Устная и письменная форма научной речи. Научный стиль речи и его подстили (собственно научный, научно-информативный, научно-справочный, учебно-научный, научно-популярный). Языковые средства и речевые нормы научных работ разных жанров. Сфера употребления, подстили официально-делового стиля. Стилиевые черты официально-делового, языковые особенности на лексическом, морфологическом и синтаксическом уровнях. Интернациональные свойства

деловой письменной речи. Классификация деловых документов, общие правила составления и оформления документов. Риторика, ее основные понятия. Риторические приемы и принципы построения публичной речи. Оратор и его аудитория. Обстановка речи. Способы привлечения внимания. Доказательства и опровержения. Основные виды аргументов.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен.

## **АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы по дисциплине Б1.Б.5 «Культурология» 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 изучения дисциплины:** ознакомление студентов с основами культурологического знания, базовым терминологическим аппаратом культурологии, важнейшей проблематикой истории и теории культуры, а также формирование представления об исторической духовной ретроспективе становления западноевропейской и русской культуры и об основных тенденциях ее развития. Формировать способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Цикл Б1.ВБ.5, базовая часть, дисциплина осваивается в 1 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

в результате освоения дисциплины формируются компетенции ОК-6.

**Краткое содержание дисциплины:** Появление и структура культурологии как науки. Теория культуры, история культуры, социология культуры, культурная антропология. Зарождение культурологической мысли. Содержание понятий культуры и цивилизации. Место и роль культуры восточных славян в русской культуре. Особенности русской культуры. Типология культур. Сельский тип культуры. Определение сельского типа культуры по его носителям: сельское население и крестьяне (только те, кто занят сельскохозяйственным трудом и проживает на селе). Инфраструктура села. Особенности сельской культуры. Пространственная локализация, демографические характеристики, трудовые ресурсы, конструирование социальных проблем и социокультурной сферы. Культура сельскохозяйственного производства.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет.

**Аннотация**  
**рабочей программы дисциплины блока**  
**Б1.Б.6 «Психология»**  
**для подготовки бакалавра по направлению**  
**42.03.01. "Реклама и связи с общественностью"**  
**по профилю "Реклама и связи с общественностью в отрасли (в**  
**сфере АПК)"**

**Цели освоения дисциплины:**

- раскрытие природы и способа личностного бытия индивида;
- формирование целостного представления о психологических особенностях человека как факторах успешности его деятельности;
- формирование системного понимания закономерностей развития психики;
- знакомство обучающихся с основами психологии личности, с важнейшими индивидуальными особенностями человека, с регуляторными и когнитивными психическими процессами;
- овладение теоретическими и практическими знаниями, умениями и навыками в области психологии и педагогики для повышения общей и психолого-педагогической культуры.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Цикл Б.1, вариативная часть, дисциплина осваивается в 2 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-6.**

**Краткое содержание дисциплины:** Общая характеристика психологии как науки. Методологические основы психологии. Становление предмета психологии. Возникновение и развитие психики в филогенезе. Неосознаваемые процессы. Возникновение, историческое развитие и структура сознания. Проблема самосознания в психологии. Познавательные процессы: ощущение и восприятие, представление, память и внимание, мышление, воображение и речь. Потребностно-мотивационная сфера личности. Индивидуально-типологические свойства личности: темперамент, характер, способности. Социальные атрибуции и установки личности.

**Общая трудоёмкость дисциплины** составляет 3 зач.ед. (108 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен.



**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.7**  
**«СОЦИОЛОГИЯ»**  
**для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 – РЕКЛАМА И**  
**СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ.**

**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.Б.7, базовая часть, дисциплина осваивается в 3 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-1, ПК-10.**

**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** составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен.

### **Аннотация**

рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.8 «Экономика»  
для подготовки бакалавра  
по направлению **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**,  
профиль «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:** Цикл Б1.Б.8, базовая часть, дисциплина осваивается студентами на 1-м курсе в 2-м семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-3.**

**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 трудоёмкость дисциплины:** составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен.

**Название файла:** 42.03.01.Реклама. Экономика.doc

**Аннотация**  
**рабочей программы дисциплины блока Б1.Б.9 «Математика и статистика» для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

**Цели освоения дисциплины:** изучение дисциплины «Математика и статистика» способствует развитию математической культуры бакалавров, направлено на приобретение соответствующих знаний, умений и навыков в использовании математических методов, основ математического моделирования

**Место дисциплины в учебном плане:**

Дисциплина «Математика и статистика» включена в базовую часть цикла дисциплин Б1, осваивается в 1,2 семестрах.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-3.**

**Краткое содержание дисциплины:** Элементы теории множеств. Элементы алгебры высказываний. Основные понятия и теоремы теории вероятностей. Случайные величины. Предмет математической статистики. Описательная характеристика рядов распределения. Количественная характеристика статистических распределений. Выборочный метод и статистическое оценивание. Проверка статистических гипотез. Дисперсионный анализ. Корреляция.

**Трудоёмкость дисциплины – 5 зач.ед. (180 часов)**

**Формы контроля:** зачёт – 1 семестр, зачет с оценкой – 2 семестр

**Аннотация**  
**рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.10**  
**«КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИНФОРМАТИКА» для**  
**подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с**  
**общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в**  
**отрасли (в сфере АПК)»**

**Цель освоения дисциплины:** формирование целостного представления об информации, информационных процессах и ресурсах, информационных системах и технологиях, их роли при решении практических задач в профессиональной деятельности.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Цикл Б1.Б, базовая часть, дисциплина осваивается в 1, 2 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-7, ОПК-6, ПК-14.**

**Краткое содержание дисциплины:** Роль и значение предмета в профессиональной подготовке. Информационная культура. Основные понятия и компоненты информатики. Информация и данные. Информационные технологии и системы. История развития вычислительной техники. Архитектура ЭВМ. Устройство персонального компьютера (ПК). Программное обеспечение ПК: системное, прикладное, инструментальный технологии программирования. Основы алгоритмизации, проектирования и моделирования. Сетевые технологии обработки информации. Методы защиты информации.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 5 зачетных единиц (180 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет, экзамен.

**АННОТАЦИЯ**  
**Рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.11**  
**«Безопасность жизнедеятельности»**  
**для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01**  
**«Реклама и связи с общественностью»**  
**профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере**  
**АПК)» (академический бакалавриат)**

**Цели 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 подготовки 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:** базовая часть, дисциплина осваивается в 5 семестре, 3-го курса является основополагающей для изучения такой дисциплины, как «Связи с общественностью в кризисных ситуациях».

**Требования к результатам освоения дисциплины:** В результате освоения дисциплины формируются компетенции: ОК-8, ОК-9.

**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, контроль и надзор, виды ответственности, расследование несчастных случаев на производстве, производственная безопасность, основы производственной санитарии и пожарной безопасности, приборы контроля вредных производственных факторов и подбор средств индивидуальной защиты органов дыхания,

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 3 зач.ед. (108 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** Зачёт

**Ведущие преподаватели:** Панов В.Б., Крашенинников С.В.

**Название файла:** 43.03.01 \_БЖД.doc

## **АННОТАЦИЯ**

### **рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.12.1 «ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ»**

**для подготовки бакалавра по направлению подготовки  
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере  
АПК)**

**Цель освоения дисциплины:** Учебная дисциплина «Основы теории коммуникации» входит в профессиональный цикл дисциплин и представлена в базовой части в модуле «Коммуникология». Дисциплина предусматривает освоение будущими бакалаврами сведений из практики связей с общественностью и практики деятельности средств массовой информации, сведений о типологии, формах, видах, структуре и функционировании различных моделей коммуникации в сфере PR, рекламы и межкультурных связей, а также развитие умения аналитического чтения текстов СМИ, в том числе Интернета и формирование навыков комплексного анализа коммуникативных событий. Учащиеся получают представление о месте коммуникации в системе ценностей культуры; о месте коммуникации в системе научного знания; об этапах исторического развития коммуникации; о типологии, 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.

**Место дисциплины в учебном плане:** дисциплина Б.1.Б.12. «Основы теории коммуникации» относится к базовой части учебного цикла дисциплин, осваивается в 4 и 5 семестрах.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-5, ПК-3, ПК-6

**Краткое содержание дисциплины:** Введение в теорию коммуникации. Исторические вехи возникновения коммуникации в социуме. Социальная коммуникация и подходы к ее изучению. Модели коммуникации. Коммуникативный процесс: производство информации, мультипликация, распространение, прием, использование информации. Представление о коммуникации как о процессе и структуре; коммуникативная цепь коммуникатор, содержание, аудитория как составные части коммуникативной цепи, влияние каждого звена на эффективность коммуникации. Речевая коммуникация, ее единицы и средства. Факторы эффективности коммуникации. Особенности и функции межличностной, специализированной, массовой, межкультурной, международной коммуникации. Содержание коммуникации; понятие языка коммуникации; семиотика языка: синтактика, семантика, прагматика; информация как передача когнитивной, волюнтаривной и экспрессивной структуры; влияние на содержание сферы производства информации и сферы ее потребления.

Фигура коммуникатора: индивидуальное и институциональное в коммуникаторе; престижность, надежность, доверительность как факторы общения с конкретным коммуникатором. Аудитория коммуникации: объективные и субъективные характеристики; факторы и барьеры коммуникации: психологические, языковые, социальные. Понятие эффективности коммуникации. Коммуникация в сфере рекламы и связей с общественностью

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 6 зачетных единиц (216 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен

**Название файла:** 42.03.01\_Реклама и СО\_ОТК.doc

## **АННОТАЦИЯ**

### **рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.12.2 «СОЦИОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ»**

**для подготовки бакалавра по направлению подготовки 42.03.01  
«Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере  
АПК)**

**Цель освоения дисциплины:** системное рассмотрение отдельных аспектов массовой коммуникации в свете различных теоретических подходов и научно-исследовательских школ, привлечение и анализ материалов новейших социологических исследований в данной области, освоение соответствующего социологического инструментария для самостоятельной аналитической работы. Изучение этой дисциплины дает бакалаврам необходимые знания о возникновении массовых коммуникаций в обществе, о роли коммуникаций в механизме обеспечения устойчивости социума, о коммуникации как способе формирования целей развития, о массовой коммуникации как социальной подсистеме, о технологических и социальных революциях как факторах изменений в средствах и функциях массовой коммуникации, о специфике коммуникатора и аудитории средств массовой коммуникации, о социологических способах его изучения.

**Место дисциплины в учебном плане:** дисциплина Б.1.Б.12.2 «Социология массовых коммуникаций» относится к базовой части учебного цикла дисциплин, осваивается в 5,6,7 семестрах.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-6, ПК-3, ПК-6, ПК-10

**Краткое содержание дисциплины:** Введение в социологию массовой коммуникации. Массовые коммуникации в контексте исторического развития. Социологические исследования основных звеньев коммуникативного процесса. Функции и роли СМК. Механизмы осуществления роли СМК Проблема эффектов и эффективности СМК. СМК как социальный институт и вид бизнеса. СМК и власть. Понятие «четвертой власти». Особенности политической коммуникации в современном обществе. Политическая, коммерческая и социальная реклама в СМК. Современный медиадискурс в СМИ и аспекты его изучения. Рекламный дискурс в СМИ и его специфика. Связи с общественностью и деятельность СМК. Общественное мнение в СМК. Средства массовой коммуникации как социальная подсистема. Особенности изучения теле-, радиоаудитории. Методика социологического исследования массовой коммуникации. Социологические исследования аудитории СМК. Прикладные исследования. Тенденции массовой коммуникации и ее исследований.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 6 зачетных единиц (216 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен

**Название файла:** 42.03.01\_РиСО\_СМК.doc



**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы учебной дисциплины Б1. Б. 12. 3**  
**«ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ»**  
**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** - удовлетворить возникшую потребность в освоении специальной ветви практической психологии массовых коммуникаций (медиапсихологии) при подготовке обучающихся к практической деятельности PR специалистов.

**Место дисциплины в учебном плане:**

**Б1. Б. 12. 3**, входит в базовую часть дисциплин, осваивается в 3 и 4 семестрах.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-6, ПК-3, ПК-6, ПК-14.**

**Краткое содержание дисциплины:**

Теоретические аспекты психологии массовой коммуникации. Средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии. Средства массовой коммуникации и массовое общество. Воздействие средств массовых коммуникаций на общественные отношения и процессы. 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 «публик рилейшнз». Психология PR- взаимодействий со СМИ и в формировании корпоративной культуры организации.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 часов).**

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет в 3-м семестре, экзамен в 4-м семестре.

**Название файла:** 42.03.01\_ Реклама и СО\_ПМК.doc

## **АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы по дисциплине Б1.Б.12.4 «Теория и практика массовой информации» 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 студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области средств массовой информации для формирования профессионального взгляда на их деятельность, а именно: привить студентам практические навыки в сфере анализа журналистского творчества, познакомить их с основами теории журналистики, системой средств массовой информации и ее функционированием, со значением целей, содержания и формы в создании произведений журналистики, показать роль и место массовой информации в системе современной коммуникации, практике связей с общественностью, эволюцию концепций, приемов и методов коммуникации.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Цикл **Б1.Б.12.4**, базовая часть, дисциплина осваивается в 1,2,3 семестрах.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-3, ПК-6, ПК-7.**

**Краткое содержание дисциплины:** Роль массовой информации в современном мире. Понятие массовая информация. Определение СМИ и их функции. Принципы обеспечения информационной безопасности РФ и ее граждан. Жанры публицистических произведений Жанр как категория журналистского творчества. Информационные жанры печатной публицистики. Аналитические и художественно-публицистические жанры печатной публицистики. Жанры радиожурналистики. Жанры тележурналистики. Принципы и методы журналистского творчества. Информационный повод, и авторский замысел. Методы и навыки сбора и обработки информации. Образ автора публицистического произведения. Взаимодействие автора с читателем и коллегами. Морально-этические нормы журналистики. Форма и содержание печатного публицистического произведения. Заголовок и лид. Виды композиции. Требования к основной части публицистического произведения. Требования к речи публициста. Редакционно-издательский процесс, его обеспечение и продукция. Редакция как организация, ее структура и принципы работы. Основные этапы редакционно-издательского процесса. Основные принципы профессионального оформления печатного периодического издания. Место работы по связям с общественностью в редакционно-издательском процессе. Современный медиарынок. Виды СМИ. Понятие и характерные особенности медиарынка. Медиарынок Российской Федерации. Электронные СМИ и журналистика. Интернет в работе журналиста.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 6 зачетных единиц (216 академических часов)

**Итоговый контроль по дисциплине:** 1 семестр – экзамен; 2 семестр – зачет; 3 семестр – экзамен.

**Название файла:** 42.03.01\_Реклама и СО\_ Тип МИ 3+.docx

**Аннотация**  
**рабочей программы по дисциплине Б1.Б.13.1. «Основы интегрированных коммуникаций: основы связей с общественностью» 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:** Цель освоения Б1.Б.13.1 «Основы интегрированных коммуникаций: основы связей с общественностью» – освоение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области связей с общественностью, формирование современных представлений о связях с общественностью, сферах применения, возможностях, этических принципах, направлениях, инструментах связей с общественностью, специфике применения технологий связей с общественностью в различных сферах.

**Место дисциплины в учебном плане:** дисциплина Б1.Б.13.1 базовой части профессионального цикла, осваивается в 2 и 3 семестрах.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-6, ОПК-2, ОПК-4, ОПК-5, ПК-1, ПК-4, ПК-15.**

**Краткое содержание дисциплины:**

Связи с общественностью как наука. Методы и функции PR. Познавательная функция. Профессиональные PR-объединения в мире и в России. Субъекты и объекты PR-деятельности. Профессиограмма PR-специалиста.

Специальные мероприятия в практике PR

Медиарилейшнз.

Типология спецмероприятий. Спонсоринг и фандрайзинг.

Корпоративная культура и фирменный стиль.

Имидж персональный и корпоративный. Структура корпоративного имиджа. Понятие бренда. Корпоративная культура. Бренд-бук.

Исследования в связях с общественностью и результаты PR-деятельности. Социологические исследования в PR

Маркетинговые исследования в PR.

Антикризисный PR. Подготовка к кризисам и информационная деятельность в кризисной ситуации. Основные компоненты программы по управлению кризисами.

PR в разных сферах деятельности. Связи с общественностью в политической сфере. Связи с общественностью на предприятиях сферы АПК

Связи с общественностью в социальной сфере.

PR-служба и фирма. Отделы по связям с общественностью в органах государственной власти.

Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью. Общая модель проведения PR-кампании. Разработка стратегии и тактики PR-кампаний. Выбор эффективных PR-средств.

Составление плана спецмероприятий. Определение бюджета. Медиа-аспект стратегии PR-кампании. Основы медиапланирования. Практическая реализация PR-кампании. Коммуникативная составляющая PR-кампании. Модель AIDA, модель DAGMAR, модель FCB. Основные виды PR-мероприятий. Принципы проведения PR-мероприятий. PR-бриф и его структура.

Оценка эффективности PR-кампании.

BTL-кампании и ATL-кампании.

Выставки и ярмарки как инструмент PR

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет: 6 зачетных единиц  
(216 часов)

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамены в 2 и 3 семестрах.

**Название файла:** 42.03.01\_Реклама и СО\_ОСО.doc

**Аннотация**  
**рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.13.2 «Основы интегрированных коммуникаций: теория и практика рекламы» для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»**

**Цель освоения дисциплины:** Предметом изучения курса является совокупность средств, методов и способов распространения информации в социально-экономической и политической сфере с целью привлечения внимания, а также воздействия на поведение целевой аудитории по отношению к объекту продвижения. Цель дисциплины: довести до студентов необходимый объем знаний в области теории связей с общественностью и рекламы; закрепить практические навыки студентов по вопросам организации специальных мероприятий в связях с общественностью и рекламе. Задачи дисциплины – дать студентам необходимые знания, умения и навыки, в том числе: место и роль рекламы и связей с общественностью в системе маркетинговых коммуникаций; классификацию и применение рекламных и PR-средств; методы организации и планирования, оценки эффективности рекламной кампании и PR-кампании; основные направления деятельности специалиста по связям с общественностью; исследования психологического воздействия рекламы. В структуре образовательной программы (ОП) «Основы интегрированных коммуникаций: теория и практика рекламы» является дисциплиной базовой части. «Основы интегрированных коммуникаций: теория и практика рекламы» тесно связана с такими дисциплинами, как «Основы интегрированных коммуникаций: основы связей с общественностью», «Социология массовых коммуникаций», «Теория и практика массовой информации».

**Место дисциплины в учебном плане:**

Цикл Б1.Б.13.2, базовая часть, обязательная дисциплина Модуля № 2, дисциплина осваивается в 3 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-1, ПК-1, ПК-5, ПК-8, ПК-12.

**Краткое содержание дисциплины:** *Раздел 1. Теоретические основы рекламного дела.* Роль рекламы и связей с общественностью в интегрированных маркетинговых коммуникациях. Связи с общественностью как профессия и отрасль бизнеса. Правовые и профессиональные основы регулирования деятельности в сфере связей с общественностью. Управление процессом связей с общественностью. Основные направления деятельности в связях с общественностью. Основные организационные структуры в связях с общественностью. Влияние служб связей с общественностью на общественное мнение. Основные каналы выхода на различные аудитории. Стратегия и тактика использования СМИ в связях с общественностью

*Раздел 2. Практикум рекламного дела.* Основные виды рабочих мероприятий и документов в связях с общественностью. Цель, задачи и функции рекламной деятельности, основные понятия. Реклама и общество, правовое регулирование рекламной деятельности. Особенности рекламного процесса. Виды рекламы и классификация рекламных носителей. Организация и планирование рекламной кампании. Исследования в рекламе и оценка эффективности рекламной деятельности. Психология рекламы. Написание рекламных текстов. Этика и эстетика рекламы.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет:** 2,5 зачётные единицы (90 часов)

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачёт

**Название файла:** 42.03.01\_ Реклама и СО\_Теория и практика рекламы.doc

## **АННОТАЦИЯ**

### **рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.14.1 «Основы менеджмента» для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль подготовки «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:**

Базовая часть блока Б1.Б14.1, дисциплина осваивается в 4 и 5 семестрах.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6.**

**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** составляет 5 зачетных единиц (180 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет и экзамен.

**Название файла:** 42.03.01\_Рекл и связ с общ\_Осн\_менед\_ГМУ PR.doc



**Аннотация**  
**рабочей программы по дисциплине Б1.Б.14.2. «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» базовой части профессионального цикла для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»**

**Цель освоения дисциплины:** Цель освоения дисциплины Б1.Б14.2 «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» – получение теоретических знаний о принципах построения отдела рекламы и СО в организации и практических навыков в решении задач стратегического и оперативного управления отделом, проектирования систем управления, разработки организационно-распорядительных документов, анализа эффективности деятельности отдела.

**Место дисциплины в учебном плане:** дисциплина Б1.Б14.2 базовой части, осваивается в 6 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-6, ОПК-2, ОПК-4, ОПК-5, ПК-1, ПК-4, ПК-15.

**Краткое содержание дисциплины:**

Рекламная и PR-службы компании как структурные единицы. Цели и задачи PR-отдела компании. Профессиограмма специалиста по PR. Должностная инструкция специалиста по PR. Особенности PR-отделов в коммерческих, государственных и общественных организациях.

Роль и место отдела по связям с общественностью в фирме. Социальная ответственность бизнеса. Типовая структура компании. Действия отдела PR в кризисных ситуациях. Типология кризисов. Реагирование на кризис. Антикризисная программа. Профилактика и подготовка к кризисным ситуациям.

Структура PR-отдела. Функциональный принцип построение PR-отдела. Виды PR-отделов. Методы сбора и анализа информации, мониторинг информации, тематический пресс-кипинг и пресс-досье.

Пресс-центр: организация работы в соответствии с основными принципами корпоративной информационной политики, связь со средствами массовой информации, ведение совместных проектов со СМИ; взаимодействие с пресс-службами правительственных структур, участие в пресс-конференциях и других информационных мероприятиях.

Копирайторский сегмент: подготовка основных PR-документов.

Спичрайтинг. Производственный сегмент: поддержание деловых отношений с типографиями, съемочными группами и студиями звукозаписи, обновления информации на сайте компании.

Кадровая и финансовая работа в PR-отделе.

Основы кадровой работы. Распределение функций отдела. Особенности распределения функций в отделе.

Финансирование работы PR-отдела.

Рекламный и PR-отделы в системе корпоративного менеджмента.

Роль PR-отдела в реализации общекорпоративной стратегии. Взаимодействие с отделами рекламы, маркетинга, службой потребителей, кадров. Основные виды корпоративных PR-программ и PR-планов. Система обратной связи с персоналом.

Особенности разработки фирменного стиля. Взаимодействие с рекламными агентствами и дизайн-студиями. Составление брифа.

Организация производства корпоративного издания и сувенирной продукции.

Организация спецмероприятий. Виды специальных мероприятий.

Роль выставок в деятельности фирмы. Планирование выставочной деятельности.

Организация корпоративного праздника. Виды корпоративных праздников. Определение целей. Особенности организации и проведения.

Эффективность и отчетность рекламных и PR-кампаний. Параметры оценки результативности рекламных и PR-кампаний.

Способы оценки эффективности работы специалиста по PR, отдела по PR. Методы PR исследований. Анализ вторичной информации. Исследование рынка и спроса потребителей. Онлайн-исследования. Исследования, проводимые некоммерческими организациями. Опросы (Gallup). Мониторинг СМИ. Контент-анализ. Фокус-группы.

Документооборот рекламного и PR-отделов.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет: 6 зачетных единиц (216 часов)**

**Итоговый контроль по дисциплине: экзамен в 6 семестре.**

**Название файла: 42.03.01\_Реклама и СО\_Организация работы отделов РиСО.doc**

## **АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы по дисциплине Б1.Б.15.1 «Основы маркетинга» 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:** 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 социально-экономических задач.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Цикл Б1.Б базовая часть учебного цикла, дисциплина осваивается на 3 курсе в 5 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-1, ПК-1, ПК-9, ПК-14, ПК-15.**

**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** составляет 4 зачетные единицы (144 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен.

**Название файла:** рп3б+ Основы маркетинга-Реклама и СО.doc

## **АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы по дисциплине Б1.Б.15.2 «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» 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:** 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:**

Цикл Б1.Б базовая часть учебного цикла, дисциплина осваивается на 4 курсе в 7 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-1, ОПК-2, ПК-9, ПК-15.**

**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** составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен.

**Название файла:** рпЗб+ Маркетинговые исследования и ситуационный анализ.doc

**Аннотация**  
**рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.16 «Брендинг» для**  
**подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с**  
**общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в**  
**отрасли (в сфере АПК)»**

**Цель освоения дисциплины:** Основной задачей курса является освоение студентами теоретических и практических основ брендинга. Курс ориентирован на овладение навыками анализа бренда как маркетинговой и коммуникативной категории и брендинга как процесса создания и управления брендом. Задачи изучения дисциплины: усвоение базисных знаний о сущности брендинга, его структуре и значении; рассмотрение маркетинговых и коммуникативных закономерностей брендинга; изучение теории и практики товарного и корпоративного брендинга; анализ индивидуальности бренда; теоретическое и практическое освоение методики организации и проведения маркетинговых исследований при разработке бренда; планирование и модели разработки идентичности бренда; рассмотрение вопросов лояльности бренду; изучение развития брендов в пространстве и времени. В структуре образовательной программы (ОП) «Брендинг» является дисциплиной базовой части. Дисциплина «Брендинг» тесно связана с такими дисциплинами, как «Пресс-служба», «Основы медиапланирования», «Технологии рекламы и связей с общественностью».

**Место дисциплины в учебном плане:**

Цикл Б1.Б.16, базовая часть, обязательная дисциплина Модуля №4. Маркетинг, дисциплина осваивается в 3 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-4, ПК-1, ПК-4, ПК-14.

**Краткое содержание дисциплины:** *Раздел 1. Теоретические основы брендинга.* Понятие брендинга. Структура и разновидности бренда. Процесс создания бренда. Содержание и атрибуты бренда. Коммуникативные, семиотические и социально- психологические аспекты брендинга. Структура и границы бренда. Логика создания бренда. Этапы разработки бренда. Разработка концепции продукта. Значимые атрибуты марочного товара. Пирамида марки. Понятие миссии бренда. Концепция бренда. Основные коды и тон торговой марки. Понятие территории бренда. Система стратегических образов бренда. Идентификация торговой марки. Понятие и критерии «сильной марки». Формирование имиджа торговой марки. Ошибки при создании торговой марки. *Раздел 2. Практикум брендинга.* Технологии брендинга. Бренд-менеджмент и стратегии управления брендом. Корпоративные формы развития бренда. Правовые аспекты брендинга. Компании с торговой маркой-подтверждением. Компании, сформированные на основе единства торговой марки. Компании с самостоятельными торговыми марками. Растянутые марки. Торговая марка товарной линии. Товарные бренды. Понятие локальной и глобальной

торговых марок. Понятие мегабренда. Факторы, влияющие на географическое распространение марок. Понятие мультимарки. Международный аспект процесса глобализации марок. Потребность в глобальных марках. Логика развития глобальной торговой марки. Стратегии глобализации торговой марки. Перспективы развития глобальных торговых марок. Лимиты расширения глобальной торговой марки. Межкультурный аспект формирования и распространения глобальных торговых марок. Управление международным портфелем торговых марок (на примере Группы Томпсон). Особенности рекламирования международной торговой марки.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет:** 4 зачётные единицы (144 часа)

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен

**Название файла:** 42.03.01\_ Реклама и СО\_Брендинг.doc

**Аннотация  
рабочей программы учебной дисциплины Б. 1. Б.17 «ПРЕСС-  
СЛУЖБА»**

**для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и  
связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с  
общественностью»**

**Цель освоения дисциплины:** формирование у студентов фундаментальных теоретических знаний об основных направлениях работы со средствами массовой информации, способствовать формированию коммуникативных навыков в сфере взаимодействия со средствами массовой информации на основе изучения базовых понятий и современных материалов, научить бакалавров применять отраслевые знания в практической сфере, подготовить их к решению практических задач.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Цикл Б.1. Б.7, базовая часть, дисциплина осваивается в 4, 5 семестрах

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-4, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ПК-4, ПК-6, ПК-7.

**Краткое содержание дисциплины:** История создания пресс-служб. Работа с прессой в России: от отделов пропаганды к первым пресс-службам. Структура пресс-службы как института, оказывающего услуги по информационному освещению деятельности конкретного лица или организации в целом. Подготовка информационных текстов, взаимодействие со СМИ, мониторинг. Функциональные обязанности сотрудников каждого направления. Медиарилейшнз. Особенности интернет-коммуникации в XXI веке. Организация и проведение специальных/неформальных мероприятий по работе с представителями СМИ. Управление информацией. Основные виды и формы информационных материалов. Медиасистема России. Телевидение России. Печатные СМИ России. Радио. On-line-СМИ России. Информационные агентства. Блогосфера. Социальные медиа. Информационный поток и основы его управления. Монополия на информацию. Подача акцентированной информации. Приемы работы с информацией. Задачи ньюсмейкера. Специфика работы пресс-служб в государственных и негосударственных организациях. Принципы стратегического планирования PR- кампаний. Правовые основы деятельности.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 4 зачетных единицы (144 часа)

**Итоговый контроль по дисциплине:** дифференцированный зачет

**Название файла:** 42.03.01\_ Реклама и СО\_Пресс-Служба.doc

**Аннотация**  
**рабочей программы по дисциплине Б1.Б.18 «Технологии рекламы и связей с общественностью» для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»**

**Цель освоения дисциплины:** Цель освоения дисциплины «Технологии рекламы и связей с общественностью» – формирование современных представлений о сущности рекламы и связей с общественностью, сферах их применения, возможностях, этических принципах, направлениях, инструментах рекламы и связей с общественностью, специфике применения технологий рекламы и связей с общественностью в различных сферах.

**Место дисциплины в учебном плане:** Б1.Б.18 базовой части, дисциплина осваивается в 5 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-3, ПК-1, ПК-8, ПК-13, ПК-14, ПК-16.**

**Краткое содержание дисциплины:** Сущность технологий PR. Разработка технологии PR и ее характерные признаки. Инструменты PR-технологий. Технологии информационного PR. Интернет-технологии. Мобильный маркетинг, технологии SMS-маркетинга. Технологии устроительного PR. Спичрайтинг как PR-технология.

PR-технологии в разных сферах. PR-технологии в политике. Политические кампании. Технология лоббирования. PR-технологии в привлечении инвестиций.

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.

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

Инфорграфика.

Виртуальная реальность и дополненная реальность в рекламе.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет:** 4 зачетные единицы (144 часов)

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет с оценкой в 5 семестре.

**Название файла:** 42.03.01\_Реклама и СО\_Технологии РиСО.doc



**Аннотация**  
**рабочей программы по дисциплине Б1.Б.19 «Основы**  
**медиапланирования» 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 **Б1.Б.19 «Основы медиапланирования»** - 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 Б1.Б.19 «Основы медиапланирования» включена в базовую часть. Дисциплина осваивается в 6 семестре.

**Требования** к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-1, ОПК-4, ПК-2, ПК-4, ПК-7.**

**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** составляет: 4 зачетные единицы (144 часа).

**Итоговый контроль** по дисциплине: зачет с оценкой в 6 семестре.

**Название файла:** 42.03.01\_Реклама и СО\_Медиапланирование.doc

**Аннотация**  
**рабочей программы по дисциплине Б1.Б.20 «Стилистика и литературное редактирование» для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»**

**Цель освоения дисциплины:** Цель освоения дисциплины Б1.Б.20 «Стилистика и литературное редактирование» – формирование у студентов системного представления по общетеоретическим вопросам стилистики и литературного редактирования, выработка практических навыков работы с текстом, показ максимальных возможностей использования русского языка.

**Место дисциплины в учебном плане:** дисциплина Б1.Б.20 базовой части гуманитарного цикла, осваивается в 4 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-5, ОПК-3, ПК-11, ПК-16.**

**Краткое содержание дисциплины:**

Определение понятия стиля и стилистики. Функциональный стиль как одна из основных категорий стилистики. Принципы классификации функциональных стилей.

Выразительные средства стилистики. Полисемия. Синонимия. Антонимия. Омонимия. Использование выразительных средств стилистики в рекламных и PR-текстах.

Определение тропа. Функции тропов в речи. Основные тропы, их свойства. Стилистические фигуры, их роль в построении текстов разных типов и назначений. Стилистические возможности грамматики и синтаксиса.

Стилистические возможности фонетики и графики.

Фоностистика. Понятие благозвучности. Интонационные конструкции и роль в стилистическом оформлении звучащей речи.

Стилистические возможности шрифта и цвета.

Понятие «текст», его основные характеристики. Композиция текста. Заголовочный комплекс.

Приёмы редактирования текстов. Редактирование повествовательных текстов. Приёмы редактирования текстов-описаний. Стилистические особенности текстов-рассуждений, приёмы их редактирования. Виды правки. Правка-сокращение, правка-обработка, правка-переделка, правка-вычитка.

Логические основания редактирования. Основные законы логического мышления, нарушение законов логики и возможные ошибки в текстах разных видов и жанров.

Жанрово-стилистическая трансформация рекламных и PR-текстов. SEO-тексты. Способы оптимизации Интернет-текстов.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет: 3 зачетные единицы (108 часов)

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен в 4 семестре.

**Название файла:** 42.03.01 \_Реклама и СО\_Стилистика.doc

## АННОТАЦИЯ

**рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.21  
«Методы социальных исследований» для подготовки бакалавров по  
направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью», профиль  
«Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»**

**Ведущая кафедра** - Кафедра государственного и муниципального управления

**Преподаватель:** канд.экон.наук, доцент В.В. Рокотянская

Целью освоения дисциплины «Методы социальных исследований» является формирование у студентов понимания теоретических и методических подходов получения эмпирического знания социальных явлений и процессов; развитие и закрепление у будущих специалистов практических навыков проведения прикладных социологических исследований.

**Место дисциплины в учебном плане:** дисциплина реализуется в соответствии с требованиями ФГОС ВО, ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина относится к дисциплинам базового цикла.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-2, ПК-10, ПК-15.

**Краткое содержание дисциплины:** Социологическая исследования. Программа социологического исследования методологические основы. Методы выборочных исследований. Шкалирование и наблюдение. Методы сбора информации: анализ документов. Методы сбора информации: наблюдение. Методы сбора информации: анкетирование. Методы сбора информации: интервью. Методы сбора информации: психологические методы. Методы сбора информации: эксперимент. Методы сбора информации: экспертиза. Обработка полученных данных. Анализ и интерпретация результатов. Сравнительный анализ результатов. Методический анализ результатов. Рабочий план организации, рабочие документы (здание, договор, сетевой план-график, инструкции и др.) исследования. Обобщение результатов: итоговые отчеты и публикации. Профессиональный кодекс социолога.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 2 зач.ед. (72 часа)

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.22**  
**«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.Б. 22, входит в базовую часть дисциплин, осваивается в 5 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-6, ОПК-5, ПК-6, ПК-15.**

**Краткое содержание дисциплины:**

Понятие, общие принципы делового общения. 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. Виды переговоров. Переговоры по телефону. Письменная форма переговоров. Переговоры с помощью посредника. Основные виды документов, являющихся результатами переговоров.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы (108 часов).**

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен - в 5-м семестре.

**Название файла:** 42.03.01\_Реклама и СО\_ПерегПроцесс.doc

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.23**  
**«СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В КРИЗИСНЫХ**  
**СИТУАЦИЯХ»**

**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** – это получение 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.Б. 23, входит в базовую часть дисциплин, осваивается в 7 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-1, ОПК-5, ПК-2, ПК-5, ПК-10.**

**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 составляет 3 зачетных единицы (108 часов).**

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет с оценкой - в 7-м семестре.

**Название файла:** 42.03.01\_Реклама и СО\_СО в кризисе.doc

## **Аннотация**

**рабочей программы по дисциплине Б1.Б.23 «Связи с общественностью в кризисных ситуациях» блока вариативной части профессионального цикла для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»**

**Цель освоения дисциплины:** Цель освоения Б1.Б.23 «Связи с общественностью в кризисных ситуациях» – получение 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:** дисциплина Б1.Б.23 базовой части, осваивается в 7 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-1, ОПК-5, ПК-2, ПК-5, ПК-10.**

**Краткое содержание дисциплины:** Информационно-коммуникационное обеспечение чрезвычайных ситуаций. Понятия «кризис», «антикризисная программа», «кризисное управление», «кризисные отрасли». Симптомы кризисной ситуации. Подготовка к кризисным ситуациям. Антикризисное стратегическое планирование. Подготовка антикризисной команды. Стратегия. Планирование в период кризиса. Комплект форм антикризисного управления. Преодоление кризиса. Правила поведения в кризисной ситуации (Правила Тайленола). Особенности психологического восприятия информации в кризисных условиях. Локальные приемы и механизмы управления конфликтами. Внутрикорпоративная работа в период кризисных ситуаций. Информирование и мотивация персонала. Предотвращение слухов. Восстановление после кризиса. Планирование посткризисных коммуникаций. Оценка эффективности деятельности организации в ситуации кризиса. Исследование влияния кризиса на репутацию базисного субъекта и ее коррекция. Оценка рисков с целью предотвращения рецидивов.

Коммуникационные действия по управлению кризисом. Определение наиболее вероятных кризисов для организации. Моделирование сценариев реагирования и их апробация в тренинговом режиме. Антикризисный мониторинг. Создание антикризисных программ. Прогнозирование и предотвращение кризисных ситуаций как основная функция повседневного PR-обслуживания организации

Универсальные циклы действий в конфликтных ситуациях. Разработка антикризисной PR-стратегии. Этапы управления кризисом. Локальные приемы и механизмы управления конфликтами

Комплексная стратегия антикризисных коммуникаций в ходе реализации социально-экономического проекта. Коммуникационные стратегии в период кризиса. Создание кризисного информационного центра.

Анализ восприятия кризиса общественностью. Специфика применения инструментов и технологий PR в кризисных ситуациях. Деятельность спиндоктора. Виды PR-текстов в режиме кризисных коммуникаций. Специфика подготовки ключевых сообщений. Слухи и борьба с ними. Информационные атаки и противодействие им. Обеспечение информационной безопасности.

Экологическая деятельность как фактор стимулирования социального конфликта и стратегия его нейтрализации.

Антибрендинг как способ «разжигания» или «гашения» конфликта.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет: 3 зачетные единицы (108 часов)

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет с оценкой в 7 семестре.

**Название файла:** 42.03.01 \_Реклама и СО\_СО в кризисе.doc

## **Аннотация**

**рабочей программы по дисциплине Б1.Б.24 «Государственное и общественное планирование рекламно-информационной деятельности» 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:** Цель освоения Б1.Б.24 «Государственное и общественное планирование рекламно-информационной деятельности» – раскрыть сущность и роль права как совокупности норм, регулирующих общественные отношения, которые возникают в связи с рекламной деятельностью в средствах массовой информации, созданием и использованием рекламных материалов для средств массовой информации, ответственностью за легитимность их создания и размещения, а также в связи с созданием, функционированием и закрытием организаций рекламно-информационных средств массовой информации, с профессиональной деятельностью пиарщиков, рекламистов, копирайтеров, редакторов и журналистов в Российской Федерации и зарубежных странах.

**Место дисциплины в учебном плане:** дисциплина Б1.Б.24 базовой части, осваивается в 8 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-2, ОПК-4, ПК-1, ПК-4, ПК-7, ПК-14.**

**Краткое содержание дисциплины:** Нормативно-правовое обеспечение рекламно-информационной деятельности. Организация деятельности редакции рекламно-информационного издания. Государственная политика в области рекламно-информационной деятельности. Регулирование рекламно-информационной деятельности на радио и телевидении. Рекламно-информационная деятельность СМИ в предвыборный период. Интеллектуальная собственность в рекламно-информационной деятельности. Этические ограничения в рекламно-информационной деятельности. Законодательное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности в Интернете, в электронных СМИ. Обеспечение конституционных прав в рекламно-информационной деятельности.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет: 3 зачетные единицы (108 часов)

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен в 8 семестре.

**Название файла:** 42.03.01\_Реклама и СО\_ГоспланРИД.doc



## **АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.25 «История и актуальные проблемы журналистики» для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01– РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ, профиль «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:** Цикл Б1.Б.25, базовая часть, дисциплина осваивается во 2 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-2, ОК-7, ПК-6.**

**Краткое содержание дисциплины:** История зарубежной журналистики до начала XX вв. История зарубежной журналистики XX-XXI вв. История российской журналистики до начала XX вв. История российской журналистики XX-XXI вв.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 2 зачетные единицы (72 академических часов)

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет во 2 семестре.

**Название файла:** 42.03.01\_Реклама и СО\_ИстЖурналистики

## **АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.26  
«ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ»  
(английский, немецкий, французский)» для подготовки бакалавра по  
направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», «Реклама и  
связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)».**

**Цель освоения дисциплины:** формирование и повышение культурно-языковой и коммуникативной компетенции обучающихся в ее языковом, социокультурном аспектах для успешного осуществления профессиональной деятельности в условиях межкультурной коммуникации, а также развитие у студентов конкретного уровня владения отдельными видами речевой деятельности, которые определяются ситуациями использования иностранного языка.

**Место дисциплины в учебном плане:** Цикл Б1.Б.26 вариативная часть, дисциплина осваивается в 6-7 семестрах.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируется компетенции ОК-5, ПК-6.

**Краткое содержание дисциплины:** Реклама и связи с общественностью как профессиональная деятельность и отрасль бизнеса. Межкультурные коммуникации. Массовая информация и ее роль в современном мире. Социальные функции массовой коммуникации. Государство и право. Современные информационные технологии.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 6 зачетных единиц (216 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет в конце 6-го семестра, экзамен в конце 7-го семестра.

**Название файла:** 42.03.01\_ Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК) \_ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ.doc

**Аннотация**  
**рабочей программы учебной дисциплины Б. 1. Б.27 «РАБОТА С**  
**ТЕКСТАМИ В РЕКЛАМЕ И СО»**  
**для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и**  
**связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с**  
**общественностью»**

**Цель освоения дисциплины:** формирование у студентов фундаментальных теоретических знания основ построения и жанрово-стилевого оформления основных видов текстов в сфере рекламы и связей с общественностью, дать описание системы письменных и устных форм коммуникации в указанной сфере, сформировать умения и навыки применения на практике полученных знаний.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Цикл Б.1. Б.27, базовая часть, дисциплина осваивается в 3, 4 семестрах

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-5, ОПК-3, ПК-4, ПК-8, ПК-11, ПК- 16.

**Краткое содержание дисциплины:** Общие принципы составления документов, написания текстов в области связей с общественностью. PR-текст и тексты смежных коммуникационных сфер. Журналистские материалы и PR-тексты. Классификация, основные характеристики. PR-документы, используемые в работе со СМИ, целевыми аудиториями, основные предъявляемые к ним требования. Пресс-релиз как основной информационный текст в работе со СМИ. Информационные тексты. Информационное письмо и фактическая справка. Служебная биография, пресс-досье, аналитическая справка, коммюнике, лист вопросов и ответов. Принципы подбора информационных материалов. Информационный пакет для прессы, его состав и структура. Материалы для непосредственной публикации в СМИ. Занимательная статья, случай-история, именная, или авторская статья, обзорная статья. Статьи или заметки «на правах рекламы», их жанровое разнообразие и основные стилистические особенности. Имиджевая статья, имиджевое интервью. Рекламные тексты. Приемы их создания. Рекламный текст: виды и жанры. Основные компоненты рекламного текста. Копирайтинг: основные приемы создания рекламных текстов. Основные виды копирайтинговой деятельности. Правовые основы и этические нормы копирайтинговой деятельности. Спичрайтинг. Структура публичного выступления. Приемы создания речи.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 4 зачетных единицы (144 часа)

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен.

**Аннотация**  
**рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.28 «Основы репутационного менеджмента» для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»**

**Цель освоения дисциплины:** Учебная дисциплина «Основы репутационного менеджмента» входит в цикл дисциплин и представлена в базовой части. Цель дисциплины: выработать у студентов представление о сущности делового имиджа компании, как универсальной деятельности по проектированию репутационной политики, а также ознакомить студентов с современными репутационными технологиями и дать навыки использования коммуникационных средств и коммуникативных приемов в корпоративном репутационном PR. Задачи дисциплины: сформировать концептуальные и методологические знания о репутационном менеджменте; развить умение самостоятельно выбирать эффективную стратегию управления корпоративной репутацией; сформировать навык мониторинга коммуникационного окружения компании и проводить репутационный аудит организации освоить практические навыки формирования рекламных и PR-программ формирования имиджа; запускать и обеспечивать сопровождение стратегии управления, продвижения или корректировки репутации организации; управлять репутацией первого лица организации. В результате освоения дисциплины обучающийся должен: знать: основные технологии имиджирования; об особенностях общественных коммуникаций, формирования общественного мнения, личностного и корпоративного имиджа; о принципах формирования корпоративной идентичности. уметь: выделять целевые группы и группы взаимодействия, характеризовать их; анализировать и осмысливать проводимую коммуникационную политику, неформальные коммуникации; разрабатывать проекты имиджирования фирмы; использовать технологии имиджирования; управлять репутацией первого лица организации. владеть: навыками проведения ситуационного анализа и проведения PR- мероприятия; основными способами формирования имиджирования организации; имиджевыми психотехнологиями и психотехниками. приемами создания корпоративных коммуникаций. В структуре образовательной программы (ОП) «Основы репутационного менеджмента» является дисциплиной базовой части. Дисциплина «Основы репутационного менеджмента» тесно связана с такими дисциплинами, как «Брендинг», «Переговорный процесс», «Технологии рекламы и связей с общественностью».

**Место дисциплины в учебном плане:**

Цикл Б1.Б.15, базовая часть, обязательная дисциплина Модуля №4 Маркетинг, дисциплина осваивается в 7 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-1, ПК-1, ПК-10.

**Краткое содержание дисциплины:** *Раздел I. Концептуальное содержание и структурные элементы корпоративной репутации.* Содержание понятия «репутация» и причины его актуальности Трансформация понятия «репутация». Причины актуализации понятия и контекст его использования. Соотношение понятий «имидж» «репутация», аспекты их применения в разных науках. Интегрирование репутации в систему менеджмента. Репутация как рыночная категория и как социальный феномен. Субъекты деловой репутации: личность, корпорация. Параметры корпоративной репутации. Глобальные репутационные рейтинги в контексте перечня показателей корпоративной репутации. Подходы к классификации репутационных параметров. Соответствие существующим правилам и стандартам как фактор формирования репутации. Социальная и финансовая ценность высокой репутации корпорации. *Раздел II. Коммуникационные стратегии в контексте формирования корпоративной репутации.* Общественность как объект управления репутацией Понятие «общественность» в публичных отношениях. Подходы к стратификации общественности: функциональный, психографический, демографический, социальный. «Стейкхолдер-менеджмент» — управление отношениями с заинтересованными группами. Репутационный менеджмент и корпоративная культура Репутационный менеджмент как одна из задач стратегического управления. Миссия, ценности и история компании – основа репутационной стратегии. Основные принципы формирования внутренней идеологии и корпоративной культуры. Диагностика профилей корпоративных культур. Влияние различных факторов и культур на корпоративную репутацию. Комплексные программы развития корпоративной культуры предприятия. Новые тенденции развития корпоративного управления: социальная ответственность Факторы становления концепции корпоративной социальной ответственности (Corporate Social Responsibility, CSR). Корпоративная социальная ответственность (КСО) как приоритет ЕС и ООН. КСО как философия современного бизнеса. КСО и национальные деловые культуры. Социальная ответственность бизнеса: зарубежный и отечественный опыт Зарубежный опыт развития КСО. Социальные нефинансовые отчеты. Особенности развития КСО в России. Формы и виды социальной ответственности современного бизнеса. Понятие внешней и внутренней КСО. *Раздел III. Технологии мониторинга, оценки и управления репутацией.* Методы оценки деловой репутации (репутационный аудит) Предметная область репутационного аудита. Построение репутационной матрицы и репутационных профилей по видам стейкхолдеров. Количественные и качественные методы исследования. Репутационные риски «Теория» управления рисками. Понятие «риск» и его соотношение с понятием «кризис». Подходы к классификации рисков. Цели и задачи управления репутационным риском. Этапы управления репутационным риском: выявление репутационного риска, его оценка, мониторинг репутационного риска, контроль и/или минимизация выявленного риска. Программа управления корпоративной репутацией Этапы разработки

репутационной программы: конкретизация базовых репутационных параметров в соответствии со спецификой, задачами и масштабностью организации; составление репутационной матрицы; определение начальных состояний репутационных параметров, планирование необходимых действий в рамках репутационной плоскости; разработку критериев оценки, периодичность и форматы отчетности.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет:** 3 зачётные единицы (108 часов)

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен в 7 семестре.

**Название файла:** 42.03.01\_Реклама и  
СО\_ОснРепутМенеджмента.doc

## **Аннотация**

**рабочей программы по дисциплине Б1.Б.29 «Профессиональная этика и бизнес-этикет в рекламе и СО» 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:** Цель освоения Б1.Б.29 «Профессиональная этика и бизнес-этикет в рекламе и СО» – сформировать у бакалавров современную культуру профессионального общения, основанную на этических принципах и нормах, дать необходимые знания об основных правилах современного делового этикета, научить выбирать речевую стратегию в зависимости от целей и задач делового общения.

**Место дисциплины в учебном плане:** дисциплина Б1.Б.29, вариативная часть дисциплин по выбору, осваивается в 6 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-6, ОПК-2, ПК-6, ПК-15.**

### **Краткое содержание дисциплины:**

Предмет и задачи этики как науки. Возникновение и историческое развитие понятий «этика», «мораль», «нравственность», их различные смысловые значения в современном языке. Категориальный аппарат этики. Категории первой группы: долг, ответственность, совесть, достоинство и честь – отражают совокупность побуждений, входящих в моральную установку. Категории второй группы: благо, добро, зло, смысл жизни, счастье – отражают вырабатываемые обществом ценностные ориентиры. Категории третьей группы: идеал, добродетель, порок – отражают представления о диапазоне морального развития личности. Этика и мораль в системе регуляторов поведения. Три уровня морального сознания. Понятие общественных нравов. Мораль и религия. Мораль и общественные нормы. Мораль и право. Место и роль профессиональной этики в общей системе нравственных отношений современного общества. Понятие этики бизнеса. Кодексы делового поведения. Корпоративные кодексы. Профессиональные кодексы. Профессиональные кодексы в России. Национальные и всемирные кодексы. Нравственные проблемы в бизнесе. Корпорации и нравственность.

Корпоративная этика и этика организации. Становление профессиональной этики в сфере PR. Профессионально-этические представления в области связей с общественностью.

Профессиональная этика в рекламной деятельности. Деловой этикет, его сущность и значение. Этикет деловой и светской беседы. Этикетные модели делового взаимодействия. Международный этикет.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет:** 4 зачетные единицы (144 часа)

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамена в 6 семестре.

**Название файла:** 42.03.01 \_Реклама и СО\_Профэтика.doc

## **АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.30 «БРЕНДИНГ ТЕРРИТОРИЙ» 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:** формирование системы знаний о создании и управлении брендами территории, а также освоение учащимися современных технологий, форм и методов коммуникационной деятельности, направленной на усиление конкурентоспособности и повышение территориального бренда. Формирование и закрепление навыков и умений разработки в области территориального маркетинга на основе сбора и анализа информации, а также последующая реализация решений в тактические и стратегические программы, продвижении бренда территории. В современных условиях технологии брендинга помогают успешно функционировать и развиваться территориям как в отечественной, так и в мировой рыночной среде, повышать конкурентоспособность территорий.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Б1.Б.30, базовая часть, дисциплина осваивается в 8 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-1, ОПК- 4, ОПК-5, ПК-4, ПК-7, ПК-12.**

**Краткое содержание дисциплины:** Маркетинг территорий: основные понятия и положения. Потребители территориального маркетингового продукта. Стратегическое развитие территорий. Маркетинг страны. Маркетинг региона. Маркетинг города и локальных мест. Территориальный брендинг. Брендинг территорий: основные понятия, алгоритм создания бренда. Позиционирование территории и ее объектов. Бренд территории и его составные элементы. Программа продвижения бренда территории.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 2 зачетных единицы (72 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет в 8 семестре.

**Название файла:** 42.03.01\_Реклама и СО\_Брендинг территорий.doc



## **АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины Б.1.В.ДВ « ЭЛЕКТИВНЫЕ КУРСЫ ПО ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ И СПОРТУ» 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:** 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:** Федеральный государственный образовательный стандарт определяет, что дисциплина «Элективные курсы по физической культуре и спорту» реализуется в рамках блока Б.1 вариативной части в объеме 328 часов (указанные академические часы являются обязательными для освоения и в зачетные единицы не переводятся), которые распределяются на три года обучения.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК – 8.**

**Краткое содержание дисциплины:** Спортивная подготовка студентов в образовательном процессе. Методы самоконтроля состояния здоровья, физического развития и функциональной подготовленности. Методы регулирования психоэмоционального состояния. Методические основы самостоятельных занятий физическими упражнениями и самоконтроль в процессе занятий. Методики самостоятельного освоения отдельных элементов профессионально-прикладной физической подготовки. Средства и методы мышечной релаксации в спорте. Легкая атлетика. Плавание. Гимнастика. Спортивные игры (баскетбол, волейбол, футбол). Лыжная подготовка. Подвижные игры.

**Общая трудоёмкость дисциплины** составляет 328 часов (0 зач.ед.), которые распределяются на шесть семестров.

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачёт по окончании первого, второго, третьего, четвертого, пятого и шестого семестров.

## АННОТАЦИЯ

**рабочей программы учебной дисциплины Б.1.Б.31 «ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ» 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:** 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:** Федеральный государственный образовательный стандарт определяет, что дисциплина «Физическая культура и спорт» реализуется в рамках Блока 1 базовой части в объеме 72 часа (2 зач.ед.), которые распределяются на два года обучения.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК – 8.**

**Краткое содержание дисциплины:** Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов. Социально - биологические основы физической культуры. Определение качественных характеристик результативности образовательно-воспитательного процесса по физической культуре. Методики оценки функционального состояния организма, двигательной активности, суточных энергетических затрат и общей физической работоспособности. Основы здорового образа жизни студента. Физическая культура в сохранении и укреплении здоровья. Общая физическая подготовка студентов в образовательном процессе. Методы оценки уровня состояния здоровья. Спортивная подготовка студентов в образовательном процессе. Профессионально-прикладная физическая подготовка будущих бакалавров (ППФП). Методы самоконтроля состояния здоровья, физического развития и функциональной подготовленности. Методы регулирования психоэмоционального состояния.

**Общая трудоёмкость дисциплины** 2 зачётные единицы (72 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачёт по окончании второго и четвертого семестров.

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы учебной дисциплины**  
**Б1.В. ОД.1«ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (ВТОРОЙ)» для подготовки**  
**бакалавра по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с**  
**общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в**  
**отрасли (в сфере АПК)»**

**Цель освоения дисциплины:** формирование и повышение культурно-языковой и коммуникативной компетенции обучающихся в ее языковом, социокультурном аспектах для успешного осуществления профессиональной деятельности в условиях межкультурной коммуникации, а также развитие у студентов конкретного уровня владения отдельными видами речевой деятельности, которые определяются ситуациями использования иностранного языка.

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, а также формирование уважительного отношения к духовным и культурным ценностям других стран.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Цикл Б. 1, обязательная дисциплина вариативной части, дисциплина осваивается в 3,4,5 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-5, ОК-6.**

**Краткое содержание дисциплины:** Знакомство с фонетическим строем изучаемого языка. Основные особенности произношения. Характеристика артикуляционной базы и ее основные черты. Наличие носовых гласных в изучаемом языке. Классификация согласных и гласных. Общая характеристика и особенности интонации. Компоненты интонации: ударение, ритм, мелодия, темп, пауза, тембр. Роль иностранного языка в подготовке специалистов. Перспективы использования иностранного языка в будущей профессиональной деятельности. Социально-культурная характеристика страны изучаемого языка. Традиции, обычаи и культурная жизнь страны изучаемого языка. Понятие коммуникации, ее сущность и структура. Основные каналы и институты коммуникации. Роль коммуникации в общественном развитии, социально-экономической, политической, региональной и международной интеграции. Контроль над средствами коммуникации как один из ресурсов политической власти. Новые информационные технологии и проблема прав человека. Средства массовой информации как основной канал коммуникации. Содержательная, организационная и процессуальная стороны взаимодействия органов государственной власти со СМИ. Деятельность пресс-службы. Информационная политика органов государственной власти и средства массовой информации. Понятие рекламной коммуникации, ее цели и основные составляющие. Эффективность рекламной коммуникации.

Критерии анализа и выбора средств распространения рекламы. Особенности рекламы в различных СМИ, их достоинства и недостатки. Реклама в прессе. Реклама на телевидении. Реклама на радио. Реклама в Интернет. Коммуникации в политике. Предмет политической коммуникации. Основные понятия политической коммуникации: коммуникация, политика, власть, политическая коммуникация, социально-политические технологии, субъекты и формы политической коммуникации. Роль политической коммуникации в обществе и ее основные функции. Понятие политического консалтинга. Характеристика современного рынка политических консультационных услуг в России. Политический консультант: типы, характерные черты, функции. Работа консультанта в избирательной кампании по созданию стратегии клиента. СМИ как инструмент политического манипулирования. Приемы политического манипулирования. Манипулирование и политическая реклама.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 7 зачетных единиц (252 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен.

**Название файла:** 43.03.01\_Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)\_ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (ВТОРОЙ). doc

**Аннотация**  
**рабочей программы учебной дисциплины Б. 1. В. ОД. 2**  
**«ИСТОРИЯ РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ»**  
**для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и**  
**связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с**  
**общественностью»**

**Цель освоения дисциплины:** формирование у студентов фундаментальных теоретических знаний по истории русской литературы, развитие навыков литературоведческого анализа текста, а также выработка практических навыков, необходимых при работе с текстами в рекламе и связях с общественностью, в сфере массовой и межкультурной коммуникации.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Цикл Б.1. В. ОД. 2, вариативная часть обязательных дисциплин, дисциплина осваивается в 1 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-2, ОК-7.

**Краткое содержание дисциплины:** Введение в древнерусскую литературу. Древнерусское летописание как синкретичная форма культуры. «Повесть временных лет». Жанровое разнообразие древнерусской литературы. Житийная литература. Художественное своеобразие древнерусской книжности. «Слово о полку Игореве» как памятник литературы Древней Руси. Литература периода средневековой феодальной раздробленности XIII – XIV веков. Бытовые и сатирические русские повести XVII в. Формирование «светской» художественной литературы нового типа. Начало русского театра и русской драматургии. Литература XVIII века. Русская литература XVIII века как явление переходной культурно-исторической эпохи. Литература и становление русского литературного языка, реформа стихосложения. М. В. Ломоносов в русской литературе. Возникновение и становление русского романтизма. В.А. Жуковский. И.А. Крылов: басни. Новаторство в сфере языка. Тема 10. А. С. Пушкин - реформатор жанровой системы и языка русской литературы, поэт, прозаик, драматург, литературный критик. «Серебряный век» русской литературы и искусства. Литература после 1917 года. Судьба культурного наследия. Соцреализм как художественный метод. М. Горький и его место в русской литературе. Литература в тоталитарном обществе 1930-50-х гг. Связь отечественной культуры и литературы с коллизиями истории XX в.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 2 зачетных единицы (72 часа)

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет.

**Название файла:** 42.03.01\_Реклама и СО\_История РусЛит.doc

**Аннотация**  
**рабочей программы учебной дисциплины Б. 1. В. ОД. 3**  
**«ИСТОРИЯ ЗАРУБЕЖНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ»**  
**для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и**  
**связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с**  
**общественностью»**

**Цель освоения дисциплины:** формирование у студентов фундаментальных теоретических знаний о многообразии культурных традиций, закономерностях их развития в историческом контексте, познакомить студентов с ключевыми произведениями мировой литературы, овладеть приемами анализа художественного текста, необходимыми для применения в освоении дальнейших отраслевых гуманитарных знаний в PR-деятельности и рекламе.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Цикл Б.1. В. ОД. 3, вариативная часть обязательных дисциплин, дисциплина осваивается в 1 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-2, ОК-7.

**Краткое содержание дисциплины:** Введение в историю древнегреческой литературы. Древнегреческий эпос. Гомер «Илиада», «Одиссея». Поэтика гомеровского эпоса. Проблема происхождения театра и драмы в Древней Греции. Трагедия: Эсхил, Софокл, Еврипид. Комедия: Аристофан. Литература Средних веков и Возрождения. «Песнь о Нибелунгах» - наиболее значительный памятник немецкого героического эпоса.

Основные характеристики. Ренессансный гуманизм как новое течение в культуре. Возрождение в Италии: Данте, Боккаччо. Творчество У. Шекспира. Особенности западноевропейской литературы XVII - XVIII веков. XVII век – эпоха барокко и классицизма. Роман «Путешествия Гулливера» как пародия на жанр романа-путешествия. Особенности формирования эстетики романтизма в конце XVIII-начале XIX века. Творчество Э.Т.А. Гофмана, Э.А. По. Литература Нового времени: от реализма XIX века к литературе и культуре постмодернизма. Франц Кафка и проблемы модернизма. Антивоенный роман в зарубежной литературе XX века. «Потерянное поколение» в романах Э.М. Ремарк «Три товарища» и Э. Хемингуэя «Прощай, оружие!»

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 2 зачетных единицы (72 часа)

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет.

**Название файла:** 42.03.01\_Реклама и СО\_История  
ЗарубежнойЛит.doc

## **АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы по дисциплине Б1.В.ОД.4 «Логика и теория аргументации» для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»**

**Цель освоения дисциплины:** овладение культурой логического мышления и теоретическими основами аргументирования на основе 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:** Цикл Б.1, вариативная часть, дисциплина осваивается в 1 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-1, ПК-11

**Краткое содержание дисциплины:** Предмет и базовые понятия логики. Формы мысли: понятие, суждение, умозаключение. Дедукция и индукция как виды мыслительных процессов. Вопросы и ответы: их место в теории аргументации. Методология аргументативно-коммуникативной деятельности. Аргументация и ценности. Культурно-семиотические системы аргументации (миф, искусство, наука, политика, философия, повседневность). Логические основы аргументации. Аргументация и доказательство. Основные методы аргументации. Структурные схемы аргументации. Стратегии и тактики аргументации и критики. Ошибки и уловки в аргументации. Специфика аргументации в различных сферах деятельности.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 2 зачетные единицы (72 часа)

**Итоговый контроль по дисциплине:** диф.зачет в 1 семестре

**Название файла** 42.03.01 \_ Реклама и СО \_ЛОГИКА. doc

## **Аннотация**

**Рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ОД.5 «Учет затрат, калькулирование и бюджетирование в сфере рекламы и связи с общественностью» для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»**

**Цель изучения 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:** цикл Б1.В.ОД.5 вариативная часть, осваивается в 8 семестре

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-3, ОПК-1, ОПК-2, ПК-1, ПК-4, ПК-7, ПК-8

**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 трудоёмкость дисциплины** составляет 2 зач.ед. (72 часа)

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет



**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ОД.6**  
**«КОНЦЕПЦИИ СОВРЕМЕННОГО ЕСТЕСТВОЗНАНИЯ»**  
**для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 – РЕКЛАМА И**  
**СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ.**

**Цель освоения дисциплины:** освоение студентами основных понятий и концепций естественных наук, знакомство с историей развития естествознания, 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 естественнонаучного взгляда на мир и места человека в нем, системного представления о видах, ступенях и уровнях знания о мире.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Цикл Б1.В.ОД.6, вариативная часть, дисциплина осваивается во 2 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-1, ОК-7.**

**Краткое содержание дисциплины:** Естественнонаучная и гуманитарная культуры; научный метод; история естествознания; панорама современного естествознания; тенденции развития; корпускулярная и континуальная концепции описания природы; порядок и беспорядок в природе; хаос; структурные уровни организации материи; микро-, макро- и мега-миры; пространство, время; принципы относительности; принципы симметрии; законы сохранения; взаимодействие; близкодействие, дальноедействие; состояние; принципы суперпозиции, неопределенности, дополненности; динамические и статистические закономерности в природе; законы сохранения энергии в макроскопических процессах; принцип возрастания энтропии; химические процессы, реакционная способность веществ; особенности биологического уровня организации материи; принципы эволюции, воспроизводства и развития живых систем; многообразие живых организмов – основа организации и устойчивости биосферы; генетика и эволюция; человек: физиология, здоровье, эмоции, творчество, работоспособность; биоэтика, человек, биосфера и космические циклы: ноосфера, необратимость времени, самоорганизация в живой и неживой природе; принципы универсального эволюционизма; путь к единой культуре.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет.

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.1.1**  
**«Основы государства и права РФ»**  
**для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и**  
**связи с общественностью»,**  
**профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфере)**  
**АПК»**

**Цели освоения дисциплины:** формирование общетеоретических комплексных знаний в области права; овладение подготавливаемыми управленческими кадрами высшей квалификации системой научных знаний и практических навыков в сфере 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 «Основы государства и права» относится к вариативной части цикла дисциплин, является дисциплиной по выбору студентов.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-2, ОК-4.

**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. Правовое государство.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 2 зач.ед. (72 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** Зачёт

**Ведущий преподаватель:** Сурикова А.М.

**Название файла:** 42.03.01\_«Основы государства и права» .doc

## АННОТАЦИЯ

### **рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.1 «ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВА» для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

**Целью изучения дисциплины «Основы социального государства»** ставит своей целью дать студентам научное представление о социальной политике государства как междисциплинарном научном направлении и элементе общей системы знаний о политике, понимание актуальных проблем социальной политики и возможностей повышения ее эффективности, изучить процессы развития основных институтов гражданского общества, привить навыки использования полученных знаний в области государственной политики как в теоретическом, так и в практическом назначении.

#### **Место дисциплины в учебном плане:**

Цикл Б1, вариативная часть.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-2, ОК-4.**

**Краткое содержание дисциплины:** Цели и задачи государства, связанные с решением социальных вопросов. Деятельность государственных органов по социальной защите и обеспечению населения. Сущность социальной политики государства. Предмет дисциплины «основы социального государства». Методология социальной политики государства. Концепция социального государства. Изучение социальных функций государства и соответствующего законодательства.

Государственная власть как вид социальной власти. Теории происхождения государства. Понятие и признаки государства. Государство в системе социального регулирования. Сущность и назначение государства. Функции государства. Основные социальные функции государства. Проблема соотношения государства и права.

Определение социального государства. Понятие социальной справедливости. Признаки социального государства. Уровни формирования социального государства. Условия формирования социального государства. Проблемы формирования социального государства в современной России. Интерпретации концепций социального государства.

Конституция – нормативная основа модернизации страны. Нормативное содержание понятия «социальное государство». Нормативное обеспечение прав человека и гражданина – правовая основа социального государства.

Характеристика Трудового кодекса Российской Федерации. Задачи трудового законодательства. Понятие принудительного труда. Запрет на принудительный труд. Государственная политика в области содействия занятости населения.

Правовые основы обязательного социального страхования. Основания социального обеспечения. Пенсионное законодательство России. Категории, имеющие право на пенсию по государственному пенсионному обеспечению.

Понятие страхового стажа. Нормативное обеспечение благотворительной деятельности.

Правовые основы охраны здоровья и медицинской помощи. Принципы осуществления обязательного медицинского страхования. Финансирование программ охраны и укрепления здоровья населения. Принципы охраны здоровья граждан.

Национальное законодательство об образовании. Содержание права на образование. Образовательные уровни в Российской Федерации. Обеспечение права на образование отдельных категорий граждан. Право граждан на информацию и доступ в Интернет.

Реализация принципов федерализма и задач, связанных с модернизацией страны. Деятельность общественных институтов по решению текущих социальных проблем, связанных с социальным обеспечением и защитой граждан.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет

**Название файла:** 42.03.01\_Основы\_соц\_государства.docx.

**Аннотация**  
**рабочей программы дисциплины Б1.В.ДВ.2.1 «Современные  
международные отношения» для подготовки бакалавра по направлению  
42.03.01 - Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и  
связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»**

**Цель освоения дисциплины:** приобретение студентами теоретических и практических знаний в области мировой экономики как сложной системы, факторов ее формирования и функционирования, взаимоотношения ее элементов, существующих современных тенденций и проблем ее развития, а также приобретение умений и навыков в сфере международных экономических отношений.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Цикл Б1.В.ДВ, вариативная часть, дисциплина по выбору, осваивается в 4 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-1, ОК-2.**

**Краткое содержание дисциплины:** Современные международные отношения как сложная система, сущность, концептуализация. Объективные и субъективные основы формирования и функционирования системы международных отношений. Становление и этапы эволюции системы международных отношений. Основные параметры современной системы международных отношений. Многосторонние отношения и многосторонние институты. Глобальные тенденции и проблемы международных отношений. Регионализация в международных отношениях.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 2 зачетных единиц (72 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет.

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы учебной дисциплины Б 1. В. ДВ. 2.2**  
**«ГЕОПОЛИТИКА»**  
**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:** формирование у студента общекультурных и профессиональных компетенций путем освоения им теоретических и практических знаний в области геополитики, приобретения навыков анализа геополитических процессов и явлений.

**Место дисциплины в учебном плане:** Цикл Б 1. В. ДВ. 2.2, вариативная часть, дисциплина осваивается в 4 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-1, ОК-2.**

**Краткое содержание дисциплины:** Введение в дисциплину. История зарубежных геополитических идей. Российская геополитическая традиция. Классические школы геополитики. Геополитическая структура мира, модели и тенденции ее изменения; современная фаза геополитического развития; глобализация; внешняя политика государства; геополитические проблемы национальной безопасности. Геополитические последствия распада СССР для современной России; национальные интересы и проблемы национальной безопасности в условиях однополярного мира; современное развитие постсоветских государств; Россия на постсоветском пространстве; перспективы и модели интеграции на постсоветском пространстве. США в современной геополитической структуре; Европейский Союз: геополитические перспективы; геополитическая стратегия и перспективы Японии; геополитика современного Китая. Индия и Пакистан в геополитической структуре мира; геополитика Ирана и Турции; страны Африки и Латинской Америки в системе мировой геополитики.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 2 зачетных единицы (72 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет.

**Аннотация**  
**рабочей программы дисциплины блока**  
**Б1.В.ДВ.3.1. «Конфликтология» для подготовки бакалавров**  
**по направлению 42.03.01. "Реклама и связи с общественностью"**  
**по профилю "Реклама и связи с общественностью в отрасли (в**  
**сфере АПК)"**

**Цели освоения дисциплины:** Целью освоения дисциплины «Конфликтология» является формирование конфликтной компетентности на основе систематизированных знаний в области теории и практики конфликтов о путях и средствах их урегулирования, о переговорном процессе, для развития умений и навыков рефлексии конфликта в профессиональной деятельности.

**Задачи дисциплины:**

а) формирование у студентов теоретических знаний о причинах, формах, возможных последствиях конфликтов разного уровня; методологического подхода к изучению конфликтных взаимоотношений между субъектами;

б) обучение студентов не только распознавать конфликты, предвидеть их последствия, но и управлять ими, четко представляя задачи и функции такого управления: уметь анализировать конфликтные ситуации; уметь прогнозировать поведение работников в организации на визуальных моделях в динамике; освоить методы примирительных процедур.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Цикл Б.1, вариативная часть, дисциплина осваивается в 4 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-6, ОПК-2, ПК-3, ПК-6.**

**Краткое содержание дисциплины:** Конфликтология как наука. Предмет и задачи конфликтологии. Причины возникновения конфликтов. Теории механизмов возникновения конфликтов. Структура конфликта. Функции конфликта. Методы исследования конфликта. История возникновения и развития конфликтологии. Проблема эволюции конфликта. Типология конфликтов. Специфика конфликта в образовательных процессах. Семейный конфликт. Конфликт в игре. Политическая конфликтология. Этнополитическая конфликтология. Стратегии поведения в конфликтных ситуациях. Основы предупреждения конфликта. Прогнозирование и профилактика конфликтов. Технология предупреждения конфликтов. Оптимальные управленческие решения как условие предупреждения конфликтов. Компетентная оценка результатов деятельности как условие предупреждения конфликтов. Конфликтное и асертивное общение. Урегулирование конфликтов с участием третьей стороны. Конфликты в организациях. Межнациональные конфликты

**Общая трудоёмкость дисциплины** составляет 2 зач.ед. (72 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет.

**Аннотация**  
**рабочей программы дисциплины блока**  
**Б1.В.ДВ.3.2. «Психология делового общения» для подготовки**  
**бакалавров**  
**по направлению 42.03.01. "Реклама и связи с общественностью"**  
**по профилю "Реклама и связи с общественностью в отрасли (в**  
**сфере АПК)"**

**Цели освоения дисциплины:** Целью освоения дисциплины «Психология делового общения» является приобретение студентами знаний в области закономерностей психической деятельности для развития умений и навыков рефлексии интеллектуального, эмоционального, личностного, коммуникативного и кооперативного аспектов профессиональной деятельности.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Цикл Б.1, вариативная часть, дисциплина осваивается в 4 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-6, ОПК-2, ПК-2, ПК-3, ПК-6.**

**Краткое содержание дисциплины:** Цель и задачи курса. Круг явлений, изучаемых психологией общения. Междисциплинарные связи. История психологических исследований общения. Теории, концепции и научные направления психологии делового общения. Основные категории. Виды и уровни общения, понятие делового общения. Стороны общения. Деловое и управленческое общение. Воздействие в процессе общения: личное влияние и манипуляция. Межличностное взаимодействие, личное влияние и манипуляция. Виды манипуляций, механизмы манипулятивного воздействия, распознавание манипуляций в деловом общении, нейтрализация манипуляции. Закономерности возникновения аттракции. Межличностная аттракция как механизм социального познания, дружба, любовь.

**Общая трудоёмкость дисциплины** составляет 2 зач.ед. (72 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет.



**Аннотация**  
**рабочей программы по дисциплине Б1.В.ДВ.4.1 «Религиоведение»**  
**для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с**  
**общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в**  
**отрасли (в сфере АПК)»**

**Цель освоения дисциплины «Религиоведение»** – помочь студентам разобраться в сущности религии как одной из важнейших областей мировой и отечественной культуры, осуществить свободное и сознательное самоопределение в сфере мировоззренческой позиции, духовных интересов и ценностей.

**Место дисциплины в учебном плане:** дисциплина Б1.В.ДВ.4.1, вариативная часть дисциплин по выбору, осваивается в 3 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-1, ОК-6.

**Краткое содержание дисциплины:** Предмет религиоведения. Источники возникновения религиоведения. Принципы изучения религии в религиоведении. Соотношение знания и веры (науки и религии). Природа и сущность религии. Основные концепции природы религии.

Элементы и структура религии. Особенности религиозного сознания, религиозная вера, религиозное чувство. Религиозный культ (деятельность), его содержание, предмет, субъект, средства культа, способы культовой деятельности. Религиозные отношения: внерелигиозные и религиозные. Индивиды, социальные группы, социальные институты и организации как носители религиозных отношений. Религиозные организации: внекультовые и культовые. Типы религиозных объединений: церковь, секта, деноминация.

Происхождение религии и её функции. Гипотезы происхождения религии. Нерелигиозные системы мысли: теизм, деизм, пантеизм.

Великие религии мира. Иудаизм. Ортодоксальный иудаизм. Религия праведности от Закона. Тора – письменный вероучительный источник иудаизма. Еврейские праздники и их значение.

Христианство. Три основные ветви христианства. Библия; канонические книги, её переводы, содержание. Учение о Церкви; определение Церкви. Таинства церковные. Назначение храмов, их виды и архитектура; иконография. Основные двенадцатые праздники. Катихизис и его части.

Ислам. Религия строгого монотеизма. История возникновения ислама и его распространение. Коранический текст. Культ и этика ислама. Секты и ветви ислама.

Буддизм. Религия среднего пути. Доктрина Сиддхартхи Гаутамы. Четыре Благодородные истины буддизма. Понятие кармы и дхарм. Колесо бытия. Священная книга буддистов – Типитака. Направления в буддизме.

Индуизм. Три стадии развития индуизма. Религиозные доктрины индуизма: Брахман (верховный Бог, вселенская душа), атман

(индивидуальная душа, я), дхарма (воздаяние), сансара (круговращение, переселение душ), нирвана (освобождение).

Тоталитарные секты и экуменическое движение.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет: 2 зачетные единицы (72 часа)

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет в 3 семестре.

**Название файла:** 42.03.01\_Реклама и СО\_Религиоведение.doc

**Аннотация**  
**рабочей программы по дисциплине Б1.В.ДВ.4.2 «Основы православной культуры» для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»**

**Цель освоения дисциплины:** Цель освоения Б1.В.ДВ.4.2 «Основы православной культуры» – дать целостное представление об основах православной культуры, её роли в развитии общества и цивилизации.

**Место дисциплины в учебном плане:** дисциплина Б1.В.ДВ.4.2, вариативная часть дисциплин по выбору, осваивается в 3 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-1, ОК-6.

**Краткое содержание дисциплины:** Ветхозаветная история. Библейская история и наука. Священное Предание. Сотворение мира. Прародители человечества. Всемирный потоп. Праведный Ной и его сыновья. Вавилонское столпотворение и разделение народов. История Авраама и еврейского народа. Пророк Моисей. Израильские цари Давид и Соломон. Строительство храма. Евреи в Вавилонском плену.

Новозаветная история. Проповедь Иоанна Крестителя. Чудеса и проповедь Иисуса Христа. Заповеди блаженства. Крестная смерть Иисуса Христа. Проповедь апостолов и создание Церкви. Жизнь первых христиан. Формирование православной богослужебной культуры. Вселенские Соборы Церкви.

Православие на Руси. Крещение Руси и история Русской Церкви до XVII века. Княгиня Ольга и князь Владимир. Князь Андрей Боголюбский. Преподобный Сергий Радонежский. Святитель Алексий Московский. Освобождение от татарского ига. Дмитрий Донской. Царь Иоанн Грозный. Митрополит Филипп. Польское нашествие. Казанская икона Пресвятой Богородицы. Патриарх Гермоген.

Святые Руси и Династия Романовых. Избрание нового царя. Династия Романовых. Царствование Петра Первого. Преподобный Серафим Саровский. Митрополит Филарет. Перевод Библии на русский язык. Русская Православная Церковь в начале-середине XX века. Преподобный Иоанн Кронштадский. Период репрессий.

Богослужение и церковная культура. Структура Церкви. Православный храм. Православная храмовая архитектура, канонические нормы храмостроительства. Символика архитектуры. Основные части храма. Православная культура почитания Святых икон. Чудотворные иконы, мироточивые иконы. Знаменитые Богородичные иконы, их история и традиции почитания. Православный календарь и его особенности. Смысл праздника в православной культуре. Церковные таинства.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет: 2 зачетные единицы (72 часа)

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет в 3 семестре.

**Название файла:** 42.03.01\_Реклама и СО\_ОПК.doc

**Аннотация**  
**рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.5.1 «Ведение деловой документации» для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»**

**Цель освоения дисциплины:** дать необходимые сведения об основных понятиях, связанных с деловым общением и деловой коммуникацией, сформировать умения, связанные с ведением деловой документации, составлением документов различных подстилей и жанров официально-делового стиля, сформировать навыки овладения техникой письменного делового общения.

**Место дисциплины в учебном плане:** Б1.В.ДВ.5.1, вариативная часть, дисциплина по выбору осваивается в 2 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-5, ОПК-2, ОПК-3, ПК-5, ПК-6, ПК-11.**

**Краткое содержание дисциплины:** Цели и функции делового общения. Особенности деловой устной и письменной речи. История возникновения и развития письменной деловой речи. Общие свойства официально-деловой письменной речи. Основные стилистические особенности деловой документации. Применение основных законов логики при составлении деловых бумаг. Государственные стандарты и реквизиты документов. Реквизиты. Бланк документа. Эмблема. Печать. Приемы унификации документов и языка документов. Виды служебных документов и общие правила составления и оформления. Организационно-распорядительные документы. Информационно-справочные документы. Частная деловая документация. Формы деловой переписки: основные виды и их характеристика.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет.

**Название файла:** 42.03.01\_ Реклама и СО\_ВДД.doc

## **АННОТАЦИЯ**

### **рабочей программы учебной дисциплины Б.1.В.ДВ.5.2 Риторика для подготовки бакалавров по профилю «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)» Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

**Цель освоения дисциплины** обеспечить более полное развитие способностей личности к свободному, продуктивному общению, возможностей речевого творчества, в интересах повышения профессиональной филологической квалификации и социокоммуникативной компетентности бакалавров.

#### **Место дисциплины в учебном плане:**

Цикл Б.1.В.ДВ.5.2 цикл дисциплин вариативной части, дисциплина осваивается во 2 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-5, ОПК-4, ПК-9.**

**Краткое содержание дисциплины:** **Раздел 1.** Риторика как учение о речи

#### **Тема 1. Основные понятия риторики. Оратор и его аудитория**

Речь как сфера общения. Понятие эффективной речи как целесообразной и воздействующей. Риторика как наука, красноречие, как искусство слова. Основные функции риторики как науки.

#### **Тема 2. Изобретение идей в риторике**

Подготовка ораторской речи. Этапы работы над выступлением.

#### **Тема 3. Расположение ораторской речи**

**Композиционное построение ораторской речи** Композиционная схема текста. Работа над композицией и логическим построением речи. Понятие сюжета речи. Трехчастная структура выступления.

#### **Тема 4. Выразительность ораторской речи Мнемоника**

**Стиль и слог оратора.** Понятие ораторского стиля и слога. Индивидуальный стиль оратора. Понятие «культуры речи» оратора. Образность, выразительность, чистота, уместность речи.

#### **Раздел 2 Произнесение ораторской речи**

**Тема 5. Основы невербальной коммуникации в ораторском выступлении**

Стиль произношения и язык телодвижений. Классификация ораторских жестов.

**Тема 6. Техника речи** Понятие техники речи. Значение выработки правильной техники речи для оратора. Основные компоненты техники речи: интонация, голос, дикция, дыхание, темп. Характеристики голоса: тембр, громкость. Понятие дикции.

#### **Раздел 3. Основы полемического искусства**

#### **Тема 7. Спор. Виды спора**

Типы эристических диалогов: спор, полемика, диспут, дискуссия, политические дебаты. Виды спора. Этика спора. Правила продуктивного спора.

**Тема 8. Дискуссия, правила проведения дискуссии**

Диспут, особенности его организации. Политические дебаты. Типовые схемы политических дебатов.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет.

**Название файла** 42.03.01\_Реклама и связи с общественностью\_Риторика.doc

**Аннотация**  
**рабочей программы учебной дисциплины**  
**Б1.В.ДВ.6.1 «Правовые основы PR и рекламы»**  
**для подготовки бакалавра по направлению**  
**42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,**  
**профиль: «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере**  
**АПК)»**

**Цель освоения дисциплины:** Цель освоения дисциплины «Правовые основы PR и рекламы» - обеспечить необходимый уровень компетентности бакалавров в вопросах правового регулирования связей с общественностью и рекламной деятельности; дать будущим специалистам систематизированную информацию о правовом регулировании связей с общественностью и рекламной деятельности как о совокупности норм и как о науке.

**Место дисциплины в учебном плане:** Цикл Б.1, вариативная часть, дисциплина по выбору осваивается в 5 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-4, ОПК-2, ПК-5, ПК-13.**

**Краткое содержание дисциплины:** Эволюция связей с общественностью и их правовой основы, Социальное регулирование связей с общественностью. Мировая практика саморегулирования в СО. Международные кодексы профессионального поведения в сфере СО. Лицензирование деятельности по связям с общественностью. Плюсы и минусы лицензирования. Аккредитация деятельности по связям с общественностью.

Особенности законодательного регулирования в сфере СО в России. Законодательные акты, регулирующие СО.

Правовые основы формирования торговой марки (бренда), имиджа и деловой репутации.

Право и политический PR. Правовая охрана интеллектуальной собственности в связях с общественностью. Правовые основы защиты чести, достоинства и деловой репутации.

Понятие и развитие рекламного права в России. История правового регулирования рекламной деятельности в зарубежных странах. Правовые источники регулирования рекламной деятельности.

Правовое регулирование различных видов рекламы. Правонарушения в сфере рекламной деятельности.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет в 5 семестре.

**Название файла:** 42.03.01\_Реклама и СО\_ПравОсновы РиСО.doc

**Аннотация**  
**рабочей программы учебной дисциплины**  
**Б1.В.ДВ.6.2 «Юридические основы авторских прав»**  
**для подготовки бакалавра по направлению**  
**42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,**  
**профиль: «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере**  
**АПК)»**

**Цель освоения дисциплины:** обеспечить необходимый уровень компетентности бакалавров в вопросах правового регулирования интеллектуальной собственности и авторских прав; исследование российского законодательства и международных нормативно-правовых актов в указанной области, а также формирование у студентов комплекса необходимых знаний о правовой охране объектов авторского права, формах и способах их использования.

**Место дисциплины в учебном плане:** Цикл Б.1, вариативная часть, дисциплина по выбору осваивается в 5 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-4, ОПК-2, ПК-5, ПК-13.**

**Краткое содержание дисциплины:** Понятие, предмет, задачи и источники авторского права. Объекты авторского права. Субъекты авторского права. Личные неимущественные и имущественные права автора. Сроки действия авторских прав. Договорные отношения в области авторского права. Добросовестное использование произведений авторского права. Защита авторских прав. Ответственность за нарушение авторских прав. Смежные права.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет в 5 семестре.

**Название файла:** 42.03.01\_ Реклама и СО\_ ЮОАП.doc



## **АННОТАЦИЯ**

**Рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.7.1**

**«Правовое регулирование земельных отношений»**

**Для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и  
связи с общественностью»,**

**профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфере)  
АПК»**

**Цели освоения дисциплины:** формирование у студентов-бакалавров теоретических знаний об основных институтах земельного права; овладение подготавливаемыми управленческими кадрами высшей квалификации системой научных знаний и практическими навыками в сфере правового регулирования земельных отношений, осуществления прав и обязанностей собственников земельных участков, землевладельцев, землепользователей и арендаторов, вовлечения земельных участков в гражданский оборот, обеспечения контроля за использованием земельных ресурсов, а также формирования у обучаемых навыков правоприменения, то есть умения разрешать практические ситуации в сфере земельных отношений на основе действующего законодательства.

**Место дисциплины в учебном плане:** Дисциплина «Правовое регулирование земельных отношений» относится к вариативной части цикла дисциплин, является дисциплиной по выбору студентов.

Дисциплина «Правовое регулирование земельных отношений» базируется на знаниях и умениях, полученных студентами при изучении таких дисциплин, как «Основы государства и права Российской Федерации», «Основы социального государства».

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

**Краткое содержание дисциплины:** Понятие, предмет, методы, принципы земельного права. Источники земельного права. Земельные правоотношения. Право собственности на земельные участки в России. Ограниченные вещные права и обязательственные права на земельные участки. Государственное регулирование земельных отношений: понятие и содержание. Защита прав на земельные участки, правовая охрана земель и плата за землю. Правовой режим земель сельскохозяйственного назначения. Правовой режим земель населенных пунктов. Правовой режим земель промышленности и иного специального назначения, земель лесного и водного фондов, земель особо охраняемых территорий и земель запаса.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 2 зач.ед. (72 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** Зачёт

**Ведущий преподаватель:** Устюкова В.В., Сторчевой А.В.

**Название файла:** 42.03.01\_«Правовое регулирование земельных отношений» .doc

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.7**  
**«ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА» для подготовки бакалавров по**  
**направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

**Целью изучения дисциплины «Государственная политика»** является всестороннее ознакомление студентов с основными видами, концепциями и методами государственной политики, формирование у них целостного представления о современных механизмах государственного воздействия на важнейшие сферы общественной жизни.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Цикл Б1, вариативная часть.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-1, ОК-2.**

**Краткое содержание дисциплины:**

Ведение в Государственное управление. Государственная Политика. Понятие и сущность государственного управления. Цели государственного управления. Сущность государственной политики.

Понятие и цели и задачи государственной политики. Виды государственной политики. Разработка государственной политики. Реализация государственной политики.

Государственная экономическая политика. Введение в государственную экономическую политику. Понятие общества, государства, экономической политики. Исторический обзор. Цели и задачи, функции и механизмы реализации экономической политики.

Виды государственной экономической политики. Структурная экономическая политика. Институциональная экономическая политика. Научно-техническая экономическая политика. Бюджетная экономическая политика. Денежно-кредитная экономическая политика. Налоговая экономическая политика. Внешнеэкономическая экономическая политика. Инвестиционная экономическая политика.

Государственная социальная политика. Сущность, цели, задачи, функции социальной политика. Социальное положение. Современные модели социальной политики. Социально-трудовая сфера как основа социальной политики. Методы государственного регулирования социальной политики. Основные направления социальной политики.

Государственная экологическая политика. Основные проблемы в области экологии РФ. Сущность, цели, задачи, функции и механизмы реализации экологической политики.

Государственная военная политика. Сущность, цели, задачи, функции и механизмы реализации военной политики . Политика и армия.

Государственная культурная политика. Понятия «культурного пространства», «отрасль культуры», «продукт культуры», цели, задачи, функции и механизмы реализации культурной политики.

Государственная информационная политика. Понятия «информационного пространства», цели, задачи, функции и механизмы реализации информационной политики. Концепция государственной информационной политики. Ментальные особенности российского общества как фактор формирования и реализации информационной политики.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет

**Название файла:** 42.03.01\_Госполитика.docx.

## **Аннотация**

**рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.8.1  
«АВТОМАТИЗИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ И БАЗЫ ДАННЫХ В  
СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» для подготовки бакалавра по  
направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль  
«Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»**

**Цель освоения дисциплины:** формирование и развитие компетенций студентов в области современных автоматизированных систем и баз данных в связях с общественностью.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Цикл Б1.В, вариативная часть, Б1.В.ДВ (дисциплина по выбору), осваивается в 6 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-7, ОПК-2, ОПК-6.**

**Краткое содержание дисциплины:** Сущность и классификация автоматизированных информационных систем (АИС), автоматизированных систем управления (АСУ). Базы данных в СО: проектирование, создание, применение. Средства информационных технологий для сбора, обработки и анализа социологических, маркетинговых данных. Интернет-технологии в связях с общественностью. Интернет-маркетинг продвижения товаров и услуг. Телекоммуникационные технологии по связям с общественностью. Социальные медиа. Облачные сервисы для проведения опросов. Умные технологии.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет.

**Аннотация**  
**рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.8.2**  
**«ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С**  
**ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» для подготовки бакалавра по направлению**  
**42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и**  
**связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»**

**Цель освоения дисциплины:** формирование и развитие компетенций студентов в области современных информационных технологий в рекламе и связи с общественностью, формирование у студентов знаний, умений и навыков в области использования информационных, сетевых, мультимедийных технологий в рекламе и СО, представление о современных формах рекламной деятельности, умение ориентироваться в вопросах получения, обработки, интерпретации рекламной информации, умение применять алгоритмы и технологии с целью подготовки содержания и оформления рекламных сообщений, рекламного продукта, подготовки анимационной рекламной продукции, принятия оптимальных решений по проведению рекламных кампаний, оценки эффективности рекламной деятельности.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Цикл Б1.В, вариативная часть, Б1.В.ДВ (дисциплина по выбору), осваивается в 6 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-7, ОПК-6, ПК-12, ПК-13, ПК-16.**

**Краткое содержание дисциплины:** Информационно-коммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью: классификация программного обеспечения. Информационная безопасность в рекламной деятельности и связях с общественностью. Офисные технологии в подготовке рекламных буклетов, брошюр, сообщений, различных форм документов. Массовые рассылки извещений. Подготовка презентаций рекламного продукта, товара, услуги. Создание баз данных и организация запросов для работы с общественностью. Использование средств малой полиграфии: создание визиток, логотипа, открыток и т.д. Методы и технологии создания рекламного сайта. Подготовка графической и анимационной рекламной продукции, видеороликов. Интернет-реклама. Интернет-маркетинг продвижения товаров и услуг. Телекоммуникационные технологии по связям с общественностью. Социальные медиа (социальные сети, блоги, форумы, сайты отзывов и др.). Облачные и умные технологии.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет.

**Аннотация**  
**рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.9.1**  
**«ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В**  
**МЕДИАПЛАНИРОВАНИИ» (Бюджет) для подготовки бакалавра по**  
**направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль**  
**«Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»**

**Цель освоения дисциплины:** формирование и развитие компетенций студентов в области современных информационных технологий в медиапланировании. Получение студентами базовых представлений об аналитической деятельности с использованием материалов СМИ и составлении на основе данной аналитики и специализированного программного обеспечения медиапланов для проведения информационной кампании, рассмотрение медиапланирования в Интернете. Освоение принципов и алгоритмов медиапланирования как одной из составляющих процесса планирования рекламных и PR-кампаний, рассмотрение медиамониторинга, основных параметров медиа-анализа, практическое использование критериев выбора рекламоносителя, получение студентами навыков составления медиаплана (медиакарты), оценки его эффективности, применение специализированного программного обеспечения, компьютерных баз данных, интернет-технологий в медиапланировании.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Цикл Б1.В, вариативная часть, Б1.В.ДВ (дисциплина по выбору), осваивается в 7 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-2, ОПК-6, ПК-7.**

**Краткое содержание дисциплины:** Основы медиапланирования, медиа-анализа, медиамониторинга. Сетевые, мультимедийные технологии создания и размещения рекламы. Основы медиапланирования в Интернете. Интернет-маркетинг. Выбор и анализ медианосителей для проведения рекламных кампаний. Применение современных программных средств для разработки медиаплана (медиакарты). Методы сбора информации о потенциальной рекламной аудитории. Способы оценки эффективности рекламного воздействия на основе информационных технологий. Эффективность рекламной деятельности: экспертная оценка с компьютерной обработкой результатов.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет.

**Аннотация**  
**рабочей программы по дисциплине Б1.В.ДВ.9.2 «Статистика в социологии»**

**для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 - «Реклама и связи с общественностью» по профилю «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»**

**Цель освоения дисциплины:** Целью освоения дисциплины «Статистика в социологии» является освоение студентами теоретических и практических знаний (основных понятий и методов математической статистики, применяемых в социологических исследованиях) и приобретение умений и навыков (проведения статистической обработки данных, построения математико-статистических моделей) в области применения статистических методов при решении профессиональных задач.

**Место дисциплины в учебном плане:** «Статистика в социологии» включена в вариативную часть ФГОС ВО в цикл Б1, осваивается на 4 курсе в 7 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-3, ПК-10.**

**Краткое содержание дисциплины:** Основные понятия, предмет и метод статистики в социологии; Система статистических показателей в социологии; Методы и принципы анализа данных в социологии; Основные задачи математической статистики с точки зрения потребностей социологии. Понятие, свойства, виды структур. Проблемы сопоставления и измерения структур. Структура населения по статусу в занятости; Индивидуальные показатели структурных изменений; Обобщающие показатели изменения структур: коэффициент гендерной сегрегации, кривая и коэффициент Лоренца, интегральный коэффициент Гатева и коэффициент неравномерности распределения; Условия использования обобщающих показателей изменения структур, пределы изменения и аналитический смысл. Понятие о сводке. Виды сводки. Статистическая группировка как основа сложной сводки. Виды группировок. Проведение и анализ группировок разных видов. Понятие о таблице и ее элементах. Требования к оформлению таблиц. Классификация таблиц. Приемы чтения и анализа таблиц. Понятие о динамическом ряде. Элементы и виды рядов динамики. Задачи статистического анализа рядов динамики. Система показателей рядов динамики. Методы выявления тенденции развития явления в динамических рядах. Статистическая оценка сезонности и цикличности в рядах динамики. Основы теории индексов. Виды индексов и их свойства. Индексный метод анализа. Концепция дисперсионного анализа. Разложение дисперсии исследуемой переменной на независимые слагаемые, характеризующие влияние различных факторов. Методика и техника проведения дисперсионного анализа социологических данных. Специфика применения дисперсионного анализа в социологической практике. Понятие регрессионного анализа. Диаграмма рассеяния. Уравнение регрессии.

Использование метода наименьших квадратов при оценивании параметров уравнения регрессии. Использование метода регрессионного анализа в современной социологической практике. Метод суммарных оценок (Лайкерта); Шкалограмма Гуттмана; Метод измерения социальной установки Терстоуна. Понятие кластера. Принципы и содержание кластерного анализа. Методика и техника проведения кластерного анализа социологических данных. Основные направления применения кластерного анализа в социологической практике. Парные сравнения как метод сбора данных. Особенности и ограничения метода. Построение оценочной шкалы методом парных сравнений. Установочная шкала как результат применения метода.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет:** составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет

**Название файла:** Аннотация Стат в социол. 42.03.01 Реклама и связи с общ.doc



## Аннотация

### **рабочей программы по дисциплине Б1.В.ДВ.10.1 Мастер-класс «Проектирование в рекламе и связях с общественностью» для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»**

**Цель освоения дисциплины:** Цель освоения дисциплины Б1.В.ДВ.10.1 Мастер-класс «Проектирование в рекламе и связях с общественностью» – обучение основным знаниям и навыкам разработки, реализации и оценки эффективности кампаний в области рекламы и связей с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах, государственных и общественно-политических структурах.

**Место дисциплины в учебном плане:** дисциплина Б1.В.ДВ.10.1, вариативная часть дисциплин по выбору, осваивается в 7 семестре.

**Промежуточная аттестация** бакалавров по итогам освоения дисциплины проводится в форме зачета с оценкой в 7 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-2, ОПК-4, ОПК-5, ПК-4, ПК-12, ПК-5.**

**Краткое содержание дисциплины:** Международные стандарты и сертификация в области управления проектами.

Структура рекламного и PR-проекта. Этапы планирования. Проектирование, прогнозирование и планирование и их роль в рекламной и PR-деятельности. Классическая структура проекта. Оформление рекламного и PR-проекта. Проблематизация в планировании рекламного и PR-проекта. Основные источники информации, используемые для определения проблемы (статистические данные; официальные отчеты; материалы СМИ; слухи). Основные специальные методы, используемые для определения проблемы (SWOT-анализ; ивент-анализ; контент-анализ; ассоциативный метод исследования; социологическое исследование). Модели разработки идеи PR-проекта.

Целевая аудитория рекламного и PR-проекта. Сегментация и модели поведения потребителей. Сегментация рынка. Критерии сегментации. Измерение целевого рынка фирмы по трём измерениям (технологическому, функциональному, потребительскому). Стратегии охвата целевого рынка. Изучение потребителей. Социально-демографические показатели описания целевой аудитории. Этапы анализа целевых аудиторий. Различные подходы к идентификации целевых аудиторий рекламного и PR-проекта. Составление образа (портрета) целевой аудитории.

Технологии реализации рекламного и PR-проекта. Классическая структура описания технологии реализации рекламного и PR-проекта. Виды технологий реализации PR-проекта.

Команда рекламного и PR-проекта. Управление проектированием.

План-график и медиаплан рекламного и PR-проекта.

Бюджет рекламного и PR-проекта.

Организация и проведение рекламных кампаний с помощью BTL-коммуникаций.

Теоретические аспекты BTL-, ALT и TTL- коммуникаций. BTL с точки зрения маркетинговых коммуникаций. Классификация BTL-инструментов. Новые BTL-технологии на рынке рекламных услуг. Новые BTL-технологии. Реклама на мониторах. 3D-реклама. SMS-маркетинг. Продактплейсмент.

Оценка эффективности рекламного и PR-проекта. Мониторинг и прессы. Контент-анализ материалов в СМИ. Количественные и качественные показатели. Социологические опросы и маркетинговые исследования. On-line инструменты оценки.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет: 3 зачетные единицы (108 часов)

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет с оценкой в 7 семестре.

**Название файла:** 42.03.01\_Реклама и СО\_Проектирование в РиСО.doc

**Аннотация**  
**рабочей программы по дисциплине Б1.В.ДВ.10.2 Мастер-класс**  
**«Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях»**  
**для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с**  
**общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в**  
**отрасли (в сфере АПК)»**

**Цель освоения дисциплины:** формирование у студентов системного представления об особенностях некоммерческого сектора, а также создания эффективной социальной рекламы и PR мероприятий с учетом специфики деятельности некоммерческих организаций.

**Место дисциплины в учебном плане:** дисциплина Б1.В.ДВ.10.2, вариативная часть дисциплин по выбору, осваивается в 7 семестре.

**Промежуточная аттестация бакалавров по итогам освоения дисциплины** проводится в форме зачета с оценкой в 7 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-2, ОПК-4, ОПК-5, ПК-4, ПК-12, ПК-5.**

**Краткое содержание дисциплины:** некоммерческие организации (НКО) и их классификация. Законодательные основы НКО. PR-инструменты работы НКО со СМИ.

PR- деятельность с целевыми аудиториями НКО. Спонсоринг и фандрайзинг. Волонтерство как ресурс НКО. Деятельность НКО в реализации социальных проектов. Особенности рекламной деятельности в НКО. Планирование и проведение рекламных кампаний НКО. Социальная реклама НКО. Средства распространения социальной рекламы НКО. Новые медиа как средство распространения социальной рекламы НКО. Разработка рекламного продукта для НКО. Оценка эффективности рекламной деятельности НКО.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет: 3 зачетные единицы (108 часов)

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет с оценкой в 7 семестре.

**Название файла:** 42.03.01\_Реклама и СО\_РиСО в НКО. doc

## **АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.11.1 Мастер-класс «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В АГРОТУРИЗМЕ» 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:** формирование представлений о принципах и методах эффективной профессиональной коммуникации в сфере агротуризма, а также специфике рекламной и PR-коммуникации в агротуризме. В современных условиях развития аграрного туризма эффективное продвижение является приоритетной задачей, ставит агротуризм в ряд социально-экономических задач федерального и регионального значения.

**Место дисциплины в учебном плане:**

**Б1.В.ДВ.11.1**, вариативная часть дисциплин по выбору, дисциплина осваивается в 7 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-2 , ОПК-4, ОПК-5, ПК-4 , ПК-4 , ПК-12.**

**Краткое содержание дисциплины:** Реклама в агротуризме. Агротуризм: теоретические основы и понятия. Организация и особенности обслуживания в сфере аграрного туризма. Интегрированные маркетинговые коммуникации и продвижение туристических услуг. Реклама в индустрии туризма. Планирование и организация рекламной деятельности туристического предприятия. Вербальные и визуальные компоненты рекламного сообщения в агротуризме. Средства распространения рекламы в туристической сфере. Интернет как средство распространения рекламы в агротуризме. Ассоциации и информационные сайты по агротуризму как средства продвижения агротуризма. Связи с общественностью в агротуризме. Коммуникационная среда предприятия туристско-гостиничного сервиса. PR как коммуникационная деятельность. Организация программ и кампаний с внешней средой. Макросреда агротуристического предприятия. Механизмы взаимодействия со СМИ: формы, методы, виды информационных сообщений. Продвижение агротуризма на выставках и ярмарках. Имидж и фирменный стиль агротуристического предприятия. Внутренний PR и информационное воздействие на внутреннюю среду.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет с оценкой в 7 семестре.

**Название файла:** 42.03.01\_Реклама и СО\_РиСО в Агротуризме.doc

## **АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.11.2 Мастер-класс «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТРУКТУР АПК» 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:** 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 ПР-кампаний, формировании имиджа предприятий системы АПК.

**Место дисциплины в учебном плане:**

**Б1.В.ДВ.11.2**, вариативная часть дисциплин по выбору, дисциплина осваивается в 7 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-2 , ОПК-4, ОПК-5, ПК-4 , ПК-4 , ПК-12.**

**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** составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет с оценкой в 7 семестре.

**Название файла:** 42.03.01\_Реклама и СО\_РиСО в АПК.doc

**Аннотация**  
**рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.12.1**  
**«Технологии управления общественным мнением» для подготовки**  
**бакалавра по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с**  
**общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в**  
**отрасли (в сфере АПК)»**

**Цель освоения дисциплины:** Учебная дисциплина «Технологии управления общественным мнением» входит в цикл дисциплин и представлена в вариативной части. Дисциплина предусматривает освоение будущими бакалаврами сведений из практики связей с общественностью и практики деятельности средств массовой информации, сведений о типологии, формах, видах, структуре и функционировании различных технологий и моделей управления общественным мнением управления общественным мнением в сфере политики, экономики, PR, рекламы и межкультурных связей, а также развитие умения аналитического чтения текстов СМИ, в том числе Интернета, и формирование навыков комплексного анализа информации в контексте ее ответственности на массовое сознание. Обучающиеся в процессе изучения этой дисциплины освоят основные элементы содержания понятия «общественное мнение», основные способы управления общественным мнением, осмыслят роль различных социальных факторов в процессе управления общественным мнением. Кроме того, они научатся проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий, реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности, осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия, использовать методику и технику проведения маркетинговых кабинетных и внекабинетных исследований рынка, организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации. Студенты должны будут овладеть навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, современными технологиями профессиональной деятельности, навыками проведения ситуационного анализа, принципами ведения переговоров, навыками работы с рекламными и PR-текстами на родном и иностранном языках. Значение учебной дисциплины «Технологии управления общественным мнением» заключается в повышении общего уровня коммуникативной компетентности будущих дипломированных выпускников. Новизна данного курса определяется основополагающей целью - научить дать целостное представление о системе средств воздействия на общественное мнение как о процессе, структуре и особой технологии. В структуре образовательной программы (ОП) «Технологии управления общественным мнением» является дисциплиной базовой части. Дисциплина «Технологии управления общественным мнением» тесно связана с такими

дисциплинами, как «Брендинг», «Основы медиапланирования», «Технологии рекламы и связей с общественностью».

**Место дисциплины в учебном плане:**

Цикл Б1.Б.15, вариативная часть, дисциплина по выбору Модуля №4. Маркетинг, дисциплина осваивается в 7 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-6, ОПК-1, ПК-5, ПК-6, ПК-10.

**Краткое содержание дисциплины:** *Раздел 1.* Общественное мнение как предмет социологического изучения. Общественность и ее мнение. Суть общественного мнения. Гносеологический анализ сущности общественного мнения. Установка и общественное мнение. Объект и субъект общественного мнения. Изучение общественного мнения. *Раздел 2.* Технологии формирования общественного мнения. Общественное мнение в структуре общественного сознания. Использование СМИ для воздействия на общественное мнение. Теоретико-прикладные проблемы формирования общественного мнения. *Раздел 3.* Виды социологического управления общественным мнением. Общественное мнение как специфический социальный институт. Структура общественного мнения. Базовые характеристики общественного мнения. Технологические подходы к познанию социальной действительности. Способы манипулирования общественным мнением. *Раздел 4.* Избирательные технологии. Организация выборных компаний. Избирательные технологии. Технология формирования общественного мнения. Благотворительность как инструмент формирования общественного мнения. Связи с общественностью в кризисных ситуациях. Виды социологического управления общественным мнением; проблемы гуманитарных технологий. *Раздел 5.* Социологические основания теории и практики избирательных кампаний. Значение PR для социально-экономического развития. Подготовка и проведение кампаний Public Relations. Основания теоретической модели социальной технологии. *Раздел 6.* Прогнозные характеристики избирательных технологий. PR и власть. Прогнозные характеристики избирательных технологий. PR и власть. Сущность социально-технологического подхода в формировании общественного мнения. *Раздел 7.* Теоретико-методологические основы социальных технологий. Теоретико-методологические основы социальных технологий. Общественное мнение как предмет научных исследований. *Раздел 8.* Технологии использования общественного мнения. Сущность и специфика поведения: социологический подход. Социологические основания теории и практики избирательных кампаний. PR в политике. Базовые социологические процессы и избирательные технологии. PR и пресса.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет:** 3 зачётные единицы (108 часов)

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачёт

**Аннотация**  
**рабочей программы по дисциплине Б1.В.ДВ.12.2 «Корпоративная культура» для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,**  
**профиль «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 организационной 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 Б1.В.ДВ.12.2 относится к вариативной части дисциплин по выбору, осваивается в 7 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** ОК-6, ОПК-1, ПК-1, ПК-5, ПК-15.

**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 составляет:** 3 зач.ед. (108 часов)

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет в 7 семестре.

**Название файла:** 42.03.01\_Реклама и СО\_КорпКультура.doc



**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.13.1**  
**«РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СФЕРЕ**  
**ПОЛИТИКИ И ГОСУДАРСТВЕННОГО СТРОИТЕЛЬСТВА»**  
**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** – в формировании комплекса теоретических и прикладных представлений об основных процессах и направлениях PR-деятельности в области политики и государственного строительства, обобщении знаний в области политической рекламы и электоральных технологий.

**Место дисциплины в учебном плане:** Б1.В.ДВ.13.1, входит в вариативную часть дисциплин по выбору студентов, осваивается в 8 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-4, ОПК-5, ПК-4, ПК-5, ПК-12.**

**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. Медиатехнологии политического и государственно - административного PR. Реклама в политических и государственно-административных PR-технологиях. Современные антикризисные технологии в PR.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 часа).**

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет - в 8-м семестре.

**Название файла:** 42.03.01\_Реклама и СО\_РИСО в политике.doc

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.13.2**  
**«РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**  
**В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ»**

**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** – направлена на формирование и профессиональную подготовку специалиста по рекламе и связям с общественностью в социальной сфере; включает основы планирования, реализации и управления коммуникациями, создание специальных и информационных событий в социальной сфере.

**Место дисциплины в учебном плане:** Б1.В.ДВ.13.2, входит в вариативную часть дисциплин по выбору студентов, осваивается в 8 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-4, ОПК-5, ПК-4, ПК-5, ПК-12.**

**Краткое содержание дисциплины:**

Социальная реклама: основные понятия. История социальной рекламы. Законодательные и этические основы деятельности в сфере социальной рекламы. Планирование социальной рекламной кампании. Разработка социальной рекламы. Психологические аспекты воздействия социальной рекламы. Эффективность социальной рекламы. Практика связей с общественностью в социальной сфере. PR-технологии в социальной сфере. Спонсорство, благотворительность, фандрайзинг.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 часа).**

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет - в 8-м семестре.

**Название файла:** 42.03.01\_Реклама и СО\_РИСО в соцсфере.doc

**Аннотация**  
**рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.14.1 «Основы дизайна и цифровой графики» для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью»**

**Цель освоения дисциплины:** Целью освоения дисциплины «Основы дизайна и цифровой графики» является ознакомление студентов с современными информационными технологиями, компьютерными программами. Освоение студентами теоретических и практических знаний и приобретение навыков работы в среде Adobe Photoshop: методика создания различных графических образов, и рекламных конструкций.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Цикл Б.1Б.1, вариативная часть, дисциплина осваивается в 6 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-1, ОК-2, ОК-5, ОК-6, ОК-7.**

**Краткое содержание дисциплины:** Компьютерная графика. Предмет компьютерной графики. История, направления и приложения компьютерной графики. Сущность фрактальной графики. Классификация фракталов – геометрические, алгебраические и схоластические. Метод формирования изображения. Применение основ фрактальной графики в рекламной деятельности. Генераторы ландшафтов – программы, предназначенные для создания разного рода природных ландшафтов на основе закономерностей математического моделирования (Terragen, Terragen 2, Bryce). Растровый способ представления изображения. Пиксель и растр. Характеристики растра. 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** составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет.

**Аннотация**  
**рабочей программы по дисциплине Б1.В.ДВ.14.2 «Основы фоторепортажа» для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»**

**Цель освоения дисциплины:** Цель освоения Б1.В.ДВ.14.2 «Основы фоторепортажа» – 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 Б1.В.ДВ.14.2 вариативной части дисциплин по выбору, осваивается в 6 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-7, ПК-8, ПК-16.

**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** составляет: 3 зачетные единицы (108 часов)

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет в 6 семестре.

**Название файла:** 42.03.01 \_Реклама и СО\_ Фоторепортаж.doc

## **Аннотация**

**рабочей программы по дисциплине Б2.У.1 «Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности» для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)**

**Цель практики:** Цель Учебной практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности Б2.У.1 – получение первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской работы в области рекламы, связей с общественностью, корпоративной культуры, взаимодействия со СМИ в коммерческих и некоммерческих организациях.

**Место практики в учебном плане:** Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности Б2.У.1 запланирована во 2 семестре.

**Требования к результатам практики:** в результате прохождения учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности формируются следующие компетенции: ОПК-1, ОПК-3, ПК-6.

### **Краткое содержание учебной практики:**

Закрепление и углубление полученных теоретических знаний по общепрофессиональным и специальным дисциплинам, знакомство со структурой агентств, должностными обязанностями сотрудников; выполнение творческих заданий.

Экскурсии в редакции СМИ «Вечерняя Москва, АГТ, Общественное телевидение России и т.д., специализированные выставки, обучение мониторингу СМИ в компании «Медиалогия» или «Интегрум»; посещение компании «Яндекс» (Google).

Анализ мониторинга СМИ, выполнение творческих групповых заданий (подготовка сценария, съёмка видеороликов для абитуриентов, разработка макета листовки, буклета рекламного характера, разработка концепции и оформления рекламной слайд-презентации).

**Общая трудоемкость учебной практики** составляет: 6 зачетных единиц (216 часов)

**Итоговый контроль по результатам прохождения учебной практики:** зачет в 2 семестре.

**Название файла:** 42.03.01 \_Реклама и СО\_ Учебная практика 1 курс.doc

## **Аннотация**

**рабочей программы по дисциплине Б2.У.2 «Учебная практика по основам интегративных коммуникаций» для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»**

**Цель практики:** Цель Учебной практики по основам интегративных коммуникаций Б2.У.2 – получение профессиональных умений и навыков в области рекламы, связей с общественностью, корпоративной культуры, взаимодействия со СМИ в коммерческих и некоммерческих организациях.

**Место практики в учебном плане:** Учебная практика по основам интегративных коммуникаций Б2.У.2 запланирована в 4 семестре.

**Требования к результатам прохождения практики:** в результате прохождения учебной практики по основам интегративных коммуникаций формируются следующие компетенции: ОПК-1, ОПК-43, ПК-9, ПК-12.

### **Краткое содержание учебной практики:**

Экскурсии в редакции СМИ, рекламные агентства, в PR-агентства.

Выполнение творческих групповых заданий (подготовка сценария, съёмка видеороликов для абитуриентов, разработка макета листовки, буклета рекламного характера, разработка концепции и оформления рекламной слайд-презентации).

Подготовка отчета и оформление дневника практики, подготовка презентационных, иллюстративных материалов.

**Общая трудоемкость учебной практики** составляет: 6 зачетных единиц (216 часов)

**Итоговый контроль по результатам прохождения учебной практики:** зачет в 4 семестре.

**Название файла:** 42.03.01 \_Реклама и СО\_ Учебная практика 2 курс.doc

**Аннотация**  
**рабочей программы по дисциплине Б2.П.1 «Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности» для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»**

**Цель практики:** Цель Производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности Б2.П.1 – получение профессиональных умений навыков (опыта) в области рекламы, связей с общественностью, корпоративной культуры, взаимодействия со СМИ, коммерческими и некоммерческими организациями; закрепление способности самостоятельного подхода к решению вопросов управления в данной сфере, подготовка студента к решению конкретных задач специалиста по связям с общественностью и интегрированным маркетинговым коммуникациям.

**Место практики в учебном плане:** Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности Б2.П.1 запланирована в 6 и 7 семестрах.

**Требования к результатам практики:** в результате прохождения производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности формируются следующие компетенции: ОК-7, ОПК-2, ОПК-4, ПК-2, ПК-4, ПК-15.

**Краткое содержание производственной практики:**

Знакомство с документами организации, должностными инструкциями, участие в плановых мероприятиях организации.

Мониторинг электронных и печатных СМИ; подготовка и проведение брифингов, пресс-конференций, других мероприятий и акций информационно-рекламного характера.

Разработка информационно-рекламных материалов.

Подготовка текстов для корпоративного издания и официального веб-ресурса организации; подготовка информационно-аналитических материалов для внутреннего и внешнего пользования организации.

Обработка и систематизация собранного материала, подготовка отчета и оформление дневника практики, подготовка презентационных, иллюстративных и пр. материалов.

**Общая трудоемкость производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности составляет: 12 зачетных единиц (432 часа).**

**Итоговый контроль по результатам прохождения учебной практики: зачет с оценкой в 6 и 7 семестрах.**

**Название файла: 42.03.01 \_Реклама и СО\_ПроизвПрактика 3 курс.doc**



**Аннотация**  
**рабочей программы по практике Б2.П.2 «Научно-исследовательская работа» для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»**

**Цель практики:** Цель практики «Научно-исследовательская работа» Б2.П.2 – ознакомление с основами научной деятельности и научными исследованиями, сбора, анализа и обобщения научного материала, разработки оригинальных научных идей для подготовки выпускной квалификационной (бакалаврской) работы, получения навыков самостоятельной научно-исследовательской работы.

**Место практики в учебном плане:** Практика «Научно-исследовательская работа» Б2.П.2 запланирована в 8 семестре.

**Требования к результатам практики:** в результате прохождения учебной практики по основам интегративных коммуникаций формируются следующие компетенции: ОК-7, ОПК-6, ПК-2, ПК-14.

**Краткое содержание практики:**

Планирование НИР, постановка целей и задач научного исследования, определение объекта и предмета исследования, обоснование актуальности исследования, сбор основной библиографии по теме исследования, выполнение научно-исследовательской работы.

Подготовка научной статьи по теме исследования и доклада на студенческую научную конференцию.

Подготовка списка научной литературы по теме ВКР.

**Общая трудоемкость практики** составляет: 8 зачетных единиц (324 часа).

**Итоговый контроль по результатам прохождения практики:** зачет с оценкой в 8 семестре.

**Название файла:** 42.03.01 \_Реклама и СО\_ПрактикаНИР 4 курс.doc

**Аннотация**  
**рабочей программы по дисциплине Б2.П.3 «Преддипломная практика» для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»**

**Цель преддипломной практики Б2.П.3** – ознакомление с основами научной деятельности и научными исследованиями, сбора, анализа и обобщения научного материала, разработки оригинальных научных идей для подготовки выпускной квалификационной (бакалаврской) работы, получения навыков самостоятельной научно-исследовательской работы.

**Место практики в учебном плане:** Преддипломная практика Б2.П.3 запланирована в 8 семестре.

**Требования к результатам практики:** в результате прохождения учебной практики по основам интегративных коммуникаций формируются следующие компетенции: ОПК-4, ОПК-6, ПК-4, ПК-5, ПК-7, ПК-8, ПК-15.

**Краткое содержание практики:**

Постановка целей и задач собственного научного исследования, определение объекта и предмета исследования, обоснование актуальности исследования, сбор основной библиографии по теме исследования.

Разработка рекламного, коммуникационного или PR-проекта, в зависимости от утвержденной темы ВКР.

Подготовка текста выпускной квалификационной работы к защите.

**Общая трудоемкость практики** составляет: 3 зачетные единицы (108 часов).

**Итоговый контроль по результатам прохождения практики:** зачет с оценкой в 8 семестре.

**Название файла:** 42.03.01 \_Реклама и СО\_ПреддиплПрактика.doc

## **Аннотация**

**программы государственной итоговой аттестации выпускников по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»**

**Цель государственной итоговой аттестации выпускников** – проверка теоретических знаний, практических умений и навыков выпускников и их готовность к самостоятельной профессиональной деятельности.

**Место государственной итоговой аттестации выпускников в учебном плане:** государственная итоговая аттестация выпускников запланирована в 8 семестре.

**Требования к результатам практики:** в результате государственной итоговой аттестации выпускников проверяются следующие компетенции: ОК-1, ОК-3, ОК-4, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-4, ОПК-6, ПК-9, ПК-10, ПК-11.

**Краткое содержание:**

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена. Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.

**Общая трудоемкость практики** составляет: 9 зачетных единиц (324 часа).

**Итоговый контроль:** оценка в 8 семестре по государственному экзамену и оценка в 8 семестре по результатам защиты выпускной квалификационной работы.

**Название файла:** 42.03.01 \_Реклама и СО\_ГИА.doc

**Аннотация**  
**рабочей программы учебной дисциплины ФТД.1 «Социальные медиа» для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»**

**Цель освоения дисциплины:** формирование у бакалавров по рекламе и связям с общественностью знаний принципов функционирования социальных медиа, развитие умений и навыков эффективного использования возможностей социальных медиа в профессиональной деятельности.

**Место дисциплины в учебном плане:** Цикл ФТД, факультатив, дисциплина осваивается в 7 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-7, ОПК-6, ПК-3, ПК-5, ПК-8, ПК-13, ПК-16.

**Краткое содержание дисциплины:** Интернет как коммуникационная среда.

Социальные медиа в сети Интернет. Сервисы социальных медиа. Социальные объекты в Интернет. Социальные медиа в профессиональной деятельности.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет.

**Название файла** 42.03.01\_Реклама и СО\_ СоцМедиа. doc

**Аннотация**  
**рабочей программы учебной дисциплины ФТД.2 «Социальная блогосфера» для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»**

**Цель освоения дисциплины:** Цель освоения ФТД.2 «Социальная блогосфера» – обеспечить студентам выработку комплекса теоретических знаний и прикладных навыков в сфере PR-технологий создания и применения блогов.

**Место дисциплины в учебном плане:** дисциплина ФТД.2, факультатив, осваивается в 5 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-7, ОПК-6, ПК-3, ПК-5, ПК-8, ПК-13, ПК-16.

**Краткое содержание дисциплины:**

Блог и блогосфера: сущность, специфика.

Блоггер. Статус блоггера. Блогосфера. Факторы роста числа блогов. Функции и происхождение блогов. Типология блогов. Медиатехнологии блогосферы.

PR-деятельность в блогосфере.

Блог как локальное СМИ. Маркетинг в социальных сетях.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет:** 2 зачетные единицы (72 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет в 5 семестре.

**Название файла:** 42.03.01\_Реклама и СО\_Соцблогосфера.doc