

АННОТАЦИИ

к рабочим программам дисциплин образовательной программы
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»
Учебный план 2017 год набора

Базовая Часть

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Философия»

Цель изучения дисциплины: формирование общекультурных и профессиональных компетенций, связанных с применением философских и общенаучных методов, решением философских проблем, развитием критического мышления, рефлексии, навыков поиска, анализа, интерпретации и представления информации, ведения дискуссии, организации индивидуальной и коллективной деятельности.

Основные разделы: 1) Историко-философское введение (Философия, ее предмет и место в культуре; Исторические типы философии. Философские традиции и современные дискуссии); 2) Онтология и теория познания (Философская онтология; Теория познания); 3) Философия и методология науки (Философия и методология науки; Философские проблемы в области профессиональной деятельности); 4) Антропология и социальная философия (Философская антропология; Социальная философия; Философия истории; Электронная тетрадь; Эссе)

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ОК-1: способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Иностранный язык»

Цель изучения дисциплины: повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, и овладение студентами необходимым и достаточным уровнем межкультурной коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях бытовой, культурной, профессиональной и научной деятельности при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования.

Основные разделы: 1) Учебно-познавательная, социально-культурная сферы общения (1-2 семестры); 2) Деловая сфера коммуникации (3 семестр); 3) Профессиональная сфера коммуникации (4 семестр).

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

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

Форма промежуточной аттестации: зачет, экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «История»

Цель изучения дисциплины: формирование у студентов представления об историческом прошлом России в контексте общемировых тенденций развития; формирование систематизированных знаний о закономерностях всемирно-исторического процесса, основных этапах, событиях и особенностях российской истории.

Основные разделы: 1) Русь в древности и в эпоху европейского средневековья (IX-XVII вв.); 2) Российская империя и мир в XVIII - начале XX вв.: попытки модернизации и промышленный переворот; 3) Россия и мир в XX – XXI веках

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

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

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Концепции современного естествознания»

Цель изучения дисциплины: повышение общего культурного и образовательного уровня бакалавров соответствующих направлений и профилей. Необходимость ознакомления студентов гуманитарных специальностей с основными концепциями современного естествознания является насущным требованием времени и связана с переходом на качественно новый уровень подготовки специалистов широкого профиля. Такой специалист сегодня должен быть не только профессионалом в своей области, но и, прежде всего, лидером, обладающим устойчивыми жизненными ориентирами и способным сформировать такие ориентиры у других. В свою очередь жизненные установки и ориентиры зависят от общего культурного уровня человека, который формируется в процессе его воспитания и образования. Одним из важнейших показателей такого общекультурного уровня является научное мировоззрение, осведомленность в вопросах, касающихся современной естественнонаучной картины мира, критическое отношение к оккультизму, псевдонауке.

Основные разделы: 1) Естествознание в контексте человеческой культуры; 2) Точное естествознание (классическая физика, неклассическая физика); 3) Химические системы; 4) Биологический уровень организации материи; 5) Эволюционно-синергетическая парадигма.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ОК-1: способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции

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

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Информатика»

Цель изучения дисциплины: расширение знаний по основам информатики, полученных в других учебных заведениях; формирование научного представления, практических навыков и умений в области использования компьютера, как основного инструмента по сбору, переработке, хранению и представлению информации.

Основные разделы: 1) Информация и информационные процессы; 2) Аппаратное и программное обеспечение компьютера; 3) Основы компьютерной графики; 4) Мультимедиа-технологии; 5) Гипертекст и гипермедиа; 6) Web-технологии и web-сайт; 7) Реклама в сети интернет

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

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

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Математика»

Цель изучения дисциплины: воспитание достаточно высокой математической культуры, позволяющей самостоятельно расширять математические знания и проводить математический анализ прикладных инженерных задач; развитие логического и алгоритмического мышления, умения оперировать с абстрактными объектами и быть корректными в употреблении математических понятий, символов для выражения количественных и качественных отношений; формирование представлений о математике как об особом способе познания мира, о роли и месте математики в современной цивилизации и мировой культуре; приобретение рациональных качеств мысли, чуткая объективности, интеллектуальной честности; развитие внимания, способности сосредоточиться, настойчивости, закрепление навыков работы, т.е. развитие интеллекта и формирование характера.

Основные разделы: 1) Линейная алгебра; 2) Введение в математический анализ; 3) Теория вероятностей.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ОК-3: способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Экология»

Цель и задачи дисциплины: формирование у студентов представлений о взаимодействии организмов и среды, о многообразии живых организмов как основы организации и устойчивости биосферы, о взаимосвязях природы и человеческого общества, необходимых для решения задач рационального природопользования.

Основные разделы: 1) Фундаментальные основы экологии; 2) Глобальные проблемы биосферы; 3) Основные принципы рационального природопользования

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

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

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Теория и практика эффективного речевого общения»

Цель изучения дисциплины: формирование у студентов умений и навыков эффективного речевого общения, значимых в профессиональной деятельности для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

Основные разделы: 1) Категория эффективного речевого общения и ее составляющие; 2) Эффективная речь в письменной коммуникации; 3) Эффективная речь в устной коммуникации.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

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

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Безопасность жизнедеятельности»

Цель изучения дисциплины: формирование культуры безопасности, под которой понимается готовность и способность личности использовать в профессиональной и бытовой деятельности приобретенную совокупность знаний, умений и навыков для обеспечения безопасности в сфере профессиональной деятельности, характера мышления и ценностных

ориентаций, при которых вопросы безопасности рассматриваются в качестве приоритета.

Основные разделы: 1) Введение в безопасность. Основные понятия и определения; 2) Человек и техносфера. Виды и условия трудовой деятельности. Психофизиологические и эргономические основы безопасности; 3) Идентификация и воздействие на человека вредных и опасных факторов среды обитания; 4) Защита человека и среды обитания от вредных и опасных факторов; 5) Обеспечение комфортных условий для жизнедеятельности человека; 6) Чрезвычайные ситуации и методы защиты в условиях их реализации; 7) Управление безопасностью жизнедеятельности.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

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

Форма промежуточной аттестации: зачет

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Социология»

Цель изучения дисциплины: дать студентам общее представление о социологии; познакомить их с историей социологической мысли, а также современными теориями и проблемами в области данной дисциплины; сформировать у студентов современное социологическое мышление. Особое внимание уделено социологическим проблемам современного российского общества, включая проблемы российской молодежи.

Основные разделы: 1) Предметное поле социологии как научной дисциплины (Объект, предмет и метод социологии; История становления и развития социологии; Современные социологические теории); 2) Социология личности. Статусная и ролевая структура личности (Социологические теории личности; Социальные роли и социальный статус, ролевые конфликты; Понятие и виды социализации человека; Культура и личность; Социология отклоняющегося поведения); 3) Социальная стратификация (Понятие социальной стратификации. Историко-культурные типы социальных страт; Социальные общности и социальные группы; Теории классов. Особенности социально-классовой структуры российского общества; Социальные институты и социальные организации); 4) Социальная динамика (Понятие и основные факторы социальной динамики; Культура как фактор динамики и развития общества и индивидов); 5) Методология и методы социологического исследования (Методологические стратегии в социологическом исследовании; Количественные и качественные методы сбора данных).

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

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

ПК-10: способность организовывать и проводить социологические исследования

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Основы рекламы»

Цель изучения дисциплины: получение знаний о рекламе как области коммуникативной практики, овладение общими и специфическими методами, закономерностями и особенностями рекламной деятельности.

Основные разделы: 1) Реклама как сложное синтетическое явление, возникающее на границе между различными видами человеческой деятельности; 2) Социально-правовые аспекты и регулирование рекламной деятельности. Реклама и этика. Общественная критика рекламы; 3) Основные средства (каналы) распространения рекламы.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

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

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Теория и практика связей с общественностью»

Цели и задачи изучения дисциплины: получение знаний и формирование навыков эффективного формирования актуальных взаимоотношений субъектов рыночной деятельности с общественностью; владение общими и специфическими методами, закономерностями управления общественным мнением с целью конкурентоспособного позиционирования на рынке. В области воспитания личности: формирование необходимых студенту социальных и личностных качеств: гражданственности, толерантности, общей культуры, ответственности, целеустремленности, организованности, коммуникативности, умению работать в команде, лидерских качеств.

Основные разделы:

1 семестр: 1) Public Relations как наука об управлении общественным мнением; 2) Public Relations в системе маркетинговых коммуникаций; 3) Планирование и организация проведения PR - кампании;

8 семестр: 1) Управление системой Public Relations; 2) Управление коммуникативными событиями и средствами массовой информации.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ОПК-2: владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;

ОПК-5: умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Теория и практика массовой информации»

Цель изучения дисциплины: формирование представлений о законах информационного общества; о сущности массовой информации как основы информационного общества; о закономерностях развития, специфике, технологиях современных средств массовой информации.

Основные разделы: 1) Массовая информация как основа функционирования современного социума; 2) Масс-медиа как базовый фактор формирования современного общественного сознания. Роль и место СМИ в социально-экономических, политических процессах, в области формирования общественного мнения; 3) Современная информационная инфраструктура. Тенденции развития СМИ.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

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

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

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Психология массовых коммуникаций»

Цель изучения дисциплины: ознакомление студентов с основными психологическими и информационными понятиями, теориями, подходами и проблемами в отечественной и зарубежной науке.

Основные разделы: 1) Структурно функциональный подход к изучению курса; 2) Психологические модели поведения; 3) Модели массового поведения.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

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

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

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций»

Цель изучения дисциплины: формирование представлений у обучающихся о маркетинговых коммуникациях и коммуникационных

стратегиях в качестве определяющих факторов взаимодействия с общественностью.

Основные разделы: 1) Специфика коммуникативного процесса и его этапы; 2) Основные формы и виды интегрированных коммуникаций; 3) Разработка и управление интегрированными коммуникациями; 4) Специфика законодательства в области регулирования коммуникационной деятельности.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ПК-7: способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;

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

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Менеджмент рекламы и связей с общественностью»

Цель изучения дисциплины: дать студентам глубокие знания о предмете, структуре и основных функциях управленческой деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

Основные разделы: 1) Управление рекламной деятельностью (Менеджмент в современных организациях. Рекламная деятельность в системе маркетинга; Современный рекламный процесс; Виды рекламной деятельности и средств распространения рекламы. Перспективные направления рекламной деятельности; Функциональность рекламы; Планирование рекламной деятельности; Организация рекламной деятельности; Мотивация сотрудников рекламных служб и рекламных агентств; Регулирование и контроль рекламной деятельности); 2) Управление связями с общественностью (Теоретические основы связей с общественностью; Реклама в системе связей с общественностью; Отношения с потребителями в системе связей с общественностью; Формирование и сущность общественного мнения; Организация общественных связей в бизнесе; Опыт и особенности развития связей с общественностью в России).

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

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

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

ПК-2: владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;

ПК-3: владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;

ПК-7: способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

Форма промежуточной аттестации: зачет, экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Социология рекламы и связей с общественностью»

Цель изучения дисциплины: изучение социологических методов обеспечения рекламной и PR деятельности.

Основные разделы: 1) Реклама и PR в поле социологического дискурса; 2) Социальное воздействие и социальное потребление рекламы и PR; 3) Социологическое обеспечение рекламной и PR кампании; 4) Структура социологического исследования в области рекламы и PR; 5) Планирование социологических исследований в сфере рекламы и связей с общественностью: основные вопросы; 6) Качественные исследования в сфере рекламы и связей с общественностью и анализ их результатов; 7) Количественные исследования в области рекламы и PR и анализ их результатов.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ПК-10: способность организовывать и проводить социологические исследования;

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

Форма промежуточной аттестации: курсовая работа, экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Маркетинг рекламы и связей с общественностью»

Цель изучения дисциплины: формирование у студентов теоретических знаний в области современного коммуникационного бизнеса, практических навыков и умений в организации маркетинговой деятельности рекламы и связей с общественностью. В результате изучения данного курса студенты должны уяснить основные понятия и положения маркетинга, виды и специфику маркетинговых коммуникаций и место рекламы и PR в системе маркетинга. Особое место уделено взаимосвязи рекламы и связей с общественностью с другими формами интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Основные разделы: 1) Основы маркетинга организации. Система маркетинговых коммуникаций в организации; 2) Реклама - инструмент товарного рынка; 3) Маркетинговые исследования рекламного рынка; 4)

Сегментация рынка; 5) ЖЦ товара; 6) Маркетинговая стратегия; 7) Цена и ценообразование рекламной продукции; 8) Реклама и стимулирование сбыта – элемент комплекса маркетинга; 9) PR - элемент комплекса маркетинга.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

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

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

ПК-9: способность проводить маркетинговые исследования.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью»

Цель изучения дисциплины: формирование знаний, умений и навыков в области рекламно-информационной, коммуникационной, организационно-деловой, прогнозно-исследовательской деятельности. Предметом изучения являются научные теории и прикладные технологии в области организации рекламного бизнеса; технологии и принципы работы отделов рекламы и связей с общественностью; модели медиапланирования и законы планирования рекламных кампаний.

Основные разделы: 1) Виды, функции и структура отделов рекламных организаций (Рекламные агентства. Отделы рекламы и связей с общественностью в коммерческих структурах. Функционал специалиста по рекламе и связям с общественностью, менеджера по направлениям и проектам. Имидж и лоббирование интересов заказчика. Документооборот отдела рекламы и связей с общественностью. Планирование работы отделов рекламы и связей с общественностью. Кодекс рекламной практики и Закон и рекламе. Этика и профессиональные стандарты); 2) Медиапланирование. Взаимодействие со СМИ (Поведение потребителей. Планирование рекламных кампаний. Законы и технологии продаж. Медиастратегия, креативная стратегия. Основные технологии и модели медиапланирования. Технология делового общения с заказчиком. Коммуникативная и экономическая эффективность рекламных кампаний).

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ОПК-2: владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;

ПК-1: способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и

организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ»

Цель изучения дисциплины: рассмотреть программные вопросы изучения поведения потребителей, конкурентной и рыночной среды, подготовки делового предложения, значимые аспекты политического и некоммерческого маркетинга. Научить использовать основные методы маркетингового исследования, специальные процедуры, применяемые для сбора, анализа и оценки качества маркетинговых данных.

Основные разделы: 1) Теоретико-методологические основы проведения маркетингового исследования (Специфика маркетингового подхода; Роль маркетинговых исследований в управлении маркетингом; Планирование маркетинговых исследований; Методология проведения маркетинговых исследований; Прикладные аспекты маркетинговых исследований); 2) Исследование поведения потребителей (Анализ поведения потребителей в контексте модели принятия решения; Подходы к изучению психологии поведения потребителя; Факторы, оказывающие влияние на поведение потребителей); 3) Исследование мотивации и ценностей потребителей (Исследование мотивации потребителей. Психографика; Исследование отношения потребителей; Изучение потребительских решений семьи. Влияние социального окружения); 4) Сегментирование и позиционирование (Сегментирование рынка; Стратегии позиционирования; Диффузия инноваций; Маркетинг в сфере услуг).

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ПК-7: способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;

ПК-9: способность проводить маркетинговые исследования;

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

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Теория и практика креативной деятельности»

Цель изучения дисциплины: знакомство обучающихся с возможными форматами и стратегическими векторами создания новых значимых форм, идей, смыслов в области рекламной деятельности и связей с

общественностью, соответствующими социокультурно-компетентному обществу с высоким уровнем эффективности. Цель преподавания дисциплины связана с необходимостью формирования навыков стратегического мышления в области проектирования, создания, реализации и презентации креативного продукта и призвана сформировать у обучающегося представление о креативных подходах в профессиональной деятельности, а также дать ряд навыков самостоятельной деятельности в сфере генерации идей и смыслов творчества.

Основные разделы: 1) Креатив как научная проблема современно общества; 2) Формирование креативного мышления; 3) Гуманитарные реалии XXI века и организация.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ОК-7: способность к самоорганизации и самообразованию;

ОПК-5: умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Имиджелогия»

Цель изучения дисциплины: формирование целостного представления о назначении, формах, методах, технологиях имиджелогии. Данная цель достигается систематизированным изложением основных проблем технологий создания имиджа. Достижение этой цели предполагает решение ряда задач, связанных с наиболее полным и всесторонним изучением проблем имиджирования, места и роли в системе научного знания, степени ее взаимодействия с другими науками.

Основные разделы: 1) Имиджелогия как наука, искусство и практическая деятельность; 2) Имидж: сущность и структура; 3) Имиджелогия в различных сферах человеческой жизнедеятельности; 4) Инструментарий имиджелогии; 5) Персональная имиджелогия и искусство самопрезентации; 6) Имиджмейкер как профессия.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ОК-6: способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

ОК-7: способность к самоорганизации и самообразованию;

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

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Правовое обеспечение рекламной и PR деятельности»

Цель изучения дисциплины: изучение правовых основ регулирования рекламной и PR деятельности, законодательства, регулирующего информационную и рекламную деятельность в России и за рубежом, правового положения участников рекламной и PR деятельности, основных договоров, связанных с производством и распространением информации.

Основные разделы: 1) Введение в дисциплину «Правовое регулирование рекламной и PR деятельности»; 2) Общие и специальные требования к информации и рекламе; 3) Государственное регулирование и саморегулирование в сфере рекламы и PR деятельности.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ОК-4: способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Информационные технологии в рекламе и PR»

Цель изучения дисциплины: формирование у студентов базовых знаний в области применения информационных технологий в рекламе и связях с общественностью, использовании компьютерных технологий в исследованиях, планировании и оценке эффективности деятельности в области рекламы и связей с общественностью, ознакомление студентов с современными подходами к Интернету как коммуникативной среде, получение ими практических навыков в области создания рекламных и PR-проектов в Интернете.

Основные разделы: 1) Информационные технологии в рекламной деятельности; 2) Информационная база рекламной деятельности; 3) Сетевые технологии и Интернет в рекламе.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

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

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Технологии разработки рекламы в графических редакторах»

Цель изучения дисциплины: познакомить студентов с основами компьютерной графики и цифрового проектирования в дизайне и разработке рекламы, а также методам компьютерного редактирования, обработки и

преобразования векторных и растровых изображений, современными методами и средствами компьютерного дизайна.

Основные разделы: 1) Технология разработки рекламы средствами информационных технологий; 2) Технологии создания графических изображений средствами векторных графических редакторов; 3) Технологии создания графических изображений средствами растровых графических редакторов.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

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

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Коммуникативные технологии»

Цель изучения дисциплины: ознакомление обучающихся с продуктивными коммуникативными технологиями в сфере рекламы и связей с общественностью, позволяющими выстраивать эффективное коммуникативное поведение в профессиональной и личной сферах. В области воспитания личности: формирование необходимых студенту социальных и личностных качеств: гражданственности, толерантности, общей культуры, ответственности, целеустремленности, организованности, коммуникативности, умению работать в команде, лидерских качеств.

Основные разделы: 1) Коммуникативные технологии в управленческой практике; 2) Корпоративная социальная ответственность как инструмент репутации и капитализации бизнеса; 3) Современная пресс-служба; 4) Government relations - взаимоотношения между бизнесом и государственными структурами в России.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ОК-6: способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

ОПК-4: умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ПК-7: способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

Форма промежуточной аттестации: зачет, экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Аналитика и консалтинг в рекламе и PR»

Цель изучения дисциплины: изучение проектных технологий, обеспечивающих эффективность рекламных и PR-коммуникаций; формирование у обучающихся представления о современных научных

знаниях в области теории и практики коммуникационного консалтинга с целью их применения в сфере рекламы и PR.

Основные разделы: 1) Проектирование и аналитика маркетинговых коммуникаций; 2) Коммуникационный консалтинг.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

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

ОПК-5: умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ПК-3: владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;

ПК-9: способность проводить маркетинговые исследования.

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

Форма промежуточной аттестации: зачет, экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Теория и практика рекламы»

Цель изучения дисциплины: получение знаний, умений и навыков в сфере рекламы как области коммуникативной практики, изучение основ эффективного продвижения продукта, общих и специфических методов, закономерностей и особенностей рекламной деятельности.

Основные разделы: 1) Реклама в системе маркетинга и маркетинговых коммуникаций; 2) Организация и управление рекламной деятельностью.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ОПК-2: владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;

ОПК-4: умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

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

ПК-7: способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Физическая культура и спорт»

Цель изучения дисциплины: формирование физической культуры личности как качественного, динамичного и интегративного учебно-воспитательного процесса, отражающего ценностно-мировоззренческую направленность и компетентностную готовность к освоению и реализации в социальной, образовательной, физкультурно-спортивной и профессиональной деятельности.

Основные разделы: 1) Теоретический раздел; 2) Методико-практический раздел; 3) Контрольный раздел.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

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

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Вариативная часть

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Культуроведение»

Цель изучения дисциплины: изучение культуры в хронопотической целостности, непосредственно-эмпирической истории разных культур, их уникального своеобразия.

Основные разделы: 1) Культура как факт; 2) Виды культуры: физическая, материальная, духовная; 3) Структурные уровни культуры: Культура личности, культура организации, культура общества.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ОК-1: способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;

ОК-2: способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;

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

ОК-6: способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

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

ПК-11: способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Информационная культура в научно-исследовательской работе»

Цель изучения дисциплины: формирование информационного мировоззрения обучающегося, подготовка информационно грамотного пользователя, способного выявить необходимую информацию, проанализировать и наиболее эффективно ее использовать; получение знаний, умений и навыков информационного самообеспечения в учебной и научно-исследовательской деятельности.

Основные разделы: 1) Введение. Предмет, задачи и структура курса. Информатизация общества и информационная культура; 2) Роль библиотек в информационном обществе. Система библиотек России; 3) Состав и свойства документально-информационных ресурсов. Первичный поток документов как составная часть информационных ресурсов общества; 4) Структура государственной системы научно-технической информации России: принципы организации, обработки и использования мировых и национальных информационных ресурсов. Библиотеки, архивы и органы информации как системы организации информационных ресурсов общества; 5) Библиотека как информационно-поисковая система. Справочно-библиографический аппарат (СБА) - основа поиска документальных источников информации. Технология информационного самообслуживания; 6) . Информационные электронные ресурсы. Методы поиска информации в интернете; 7) Библиографическое описание документа, библиографические ссылки как результат формализованной аналитико-синтетической переработки информации; 8) Рациональные приемы интеллектуальной работы с документами в учебной и научно-исследовательской работе; 9) Структура, правила подготовки и оформления результатов самостоятельной учебной работы.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

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

ПК-11: способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация к программе дисциплины «История рекламы и PR»

Цель изучения дисциплины: позволить будущему бакалавру по рекламе и связи с общественностью приобрести в области истории рекламной деятельности Западной Европы и США такие компетенции, которые он мог бы успешно реализовать в своей профессиональной и социальной деятельности, изучить функционирование института рекламы в исторической динамике и сформировать комплекс знаний и умений по данному профессиональной деятельности.

Основные разделы: 1) Истоки рекламной коммуникации. История рекламы античной и западноевропейской средневековой рекламы; 2) История рекламы Западной Европы и США XVII – нач. XX вв.; 3) фестиваль «Каннские Львы». История мировых брендов XX-нач. XXI вв.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

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

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Основы теории коммуникации»

Цель изучения дисциплины: овладение теоретическими и практическими знаниями в области профессиональной коммуникации, а также развитие общекультурных компетенций студентов.

Основные разделы: 1) Базовые аспекты теории коммуникации; 2) Типы и виды коммуникации; 3) Специфика коммуникативных процессов; 4) Коммуникация в различных сферах профессиональной деятельности.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

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

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Самоменеджмент»

Цель изучения дисциплины: получение знаний, умений и навыков в области персонального менеджмента, новой научной и практической организации гармоничной социальной и профессиональной деятельности и методов повышения качества собственной эффективности.

Основные разделы: 1) «Управление временем» и самоменеджмент; 2) . Планирование в персональном менеджменте; 3) Информация и коммуникация в самоменеджменте. Принципы рациональной организации работы в офисе.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ОК-1: способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;

ОК-7: способность к самоорганизации и самообразованию;

ПК-3: владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Технологии выставочной деятельности»

Цель изучения дисциплины: изучение научно-теоретических подходов и концептуальных основ технологий выставочной деятельности согласно основным закономерностям и принципам функционирования и развития рекламы и связей с общественностью, направленных на разработку, подготовку к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.

Основные разделы: 1) История развития выставочной деятельности в России и за рубежом; 2) Нормативно-правовая и концептуальная основа выставочной деятельности; 3) Сущность и особенности выставочной деятельности; 4) Основные технологии выставочной деятельности; 5) Современное экспозиционно-выставочное оборудование.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ОПК-4: умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

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

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Социальная и культурная антропология»

Цель изучения дисциплины: формирование познавательных навыков студента-бакалавра. Основными областями лекционной, практической и самостоятельной работы бакалавра являются: понимание важнейших для социальной и культурной антропологии понятий, разграничение методов исследований культуры, разных подходов к частным научным проблемам.

Основные разделы: 1) Происхождение, существование и трансформация этнических культурных популяций; 2) Теоретические, прикладные и синтетические методы исследования культуры; 3) Проблема валидности культурных исследований; 4) Глобальные трансформации и их воздействие на культуру и этническую идентичность; 5) Культура как социально-антропологическая система.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ОК-1: способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции

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

ПК-3: владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Брендинг»

Цель и задачи дисциплины: формирование у студентов общей системы бренда, понимания различий в подходах построения и управления брендом у разных школ, а также наработку базовых навыков в построении и развитии брендинга, необходимых для квалифицированной профессиональной деятельности бакалавра рекламной и PR деятельности.

Основные разделы: 1) Бренддинг в современных условиях; 2) коммуникации; 3) Определение бренда; 4) Индивидуальность и ценность бренда; 5) Бренд-менеджмент; 6) Интернет-брендинг: развитие брендов в глобальной сети.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ОПК-4: умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ПК-7: способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий .

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Разработка и технология производства рекламного продукта»

Цель изучения дисциплины: формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки творческой концепции рекламного продукта, содержания рекламных сообщений, включая их текстовую и иллюстративную составляющие, а также его художественного воплощения (дизайн, режиссура производства и т.д.). Кроме того, ставится целью научить студентов оценивать художественную ценность и социально-психологическое воздействие рекламы, ее маркетинговую, коммуникативную и экономическую эффективность.

Основные разделы: 1) Технологии конструирования бренда; 2) Рекламный текст; 3) Изобразительно-художественные средства визуальной рекламы; 4) Телевизионная реклама; 5) Интернет-реклама.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

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

ПК-7: способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Эстетика рекламы»

Цель изучения дисциплины: подготовка выпускников, владеющих знаниями об искусстве в его приложении к рекламе и о влиянии рекламы на искусство. Изучение эстетики рекламы направлено на ознакомление с информацией о художественной рекламе, использовании культурной символики при создании рекламы.

Основные разделы: 1) Эстетика рекламного образа; 2) Эстетика имиджа в рекламе; 3) Эстетика наружной рекламы; 4) Эпатажная реклама; 5) Эстетические принципы рекламы в Интернете; 6) Постмодернистская реклама.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

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

ПК-7: способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Инновационный менеджмент»

Цель изучения дисциплины: формирование системного представления об инновационных процессах; знаний теории инновационного процесса, основных положений и методов управления инновационными процессами в организации; навыков анализа внешней и внутренней среды организации и принятия стабилизирующих решений в переломных моментах деятельности организации, навыков по оценке объектов интеллектуальной собственности, навыков оформления инновационных идей в форме бизнес-плана или презентации.

Основные разделы: 1) Инновационный менеджмент – введение в дисциплину: возникновение, становление и основные черты; 2) Организация научных исследований; 3) Инновационный процесс: сущность, понятие; 4) Модели инновационных структур; 5) Управление интеллектуальной собственностью; 6) Виды, источники и методы сбора маркетинговой информации для инновационного проекта; 7) Международно-правовые аспекты продажи технологий двойного назначения; 8) Бизнес-планирование.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ОК-3: способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;

ПК-2: владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;

ПК-3: владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Дисциплины по выбору

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Прикладная физическая культура и спорт»

Цель и задачи дисциплины: формирование физической культуры личности как качественного, динамичного и интегративного учебно-воспитательного процесса, отражающего ценностно-мировоззренческую направленность и компетентностную готовность к освоению и реализации в социальной, образовательной, физкультурно-спортивной и профессиональной деятельности.

Основные разделы: 1) Учебно-тренировочный раздел; 2) Тесты и контрольные нормативы ВФСК ГТО.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ОК-8: способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «История искусств»

Цель и задачи дисциплины: посредством освоения наиболее значимых явлений мирового и отечественного искусства в качестве носителей культурных ценностей и репрезентантов национального мировоззрения общекультурные компетенции, позволяющие студенту, приобщиться к культурным и цивилизационным ценностям современного российского и мирового общества и обрести универсальные знания, умения и навыки для успешного формирования профессиональных компетенций.

Основные разделы: 1) Введение в историю искусств; 2) Искусство Древнего мира и Античности; 3) Искусство Средних веков. Восточное искусство; 4) Искусство Возрождения и Нового времени; 5) Искусство XIX – XXвв.; 6) Русское искусство.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ОК-1: способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;

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

ПК-11: способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Теория и история культуры»

Цель и задачи дисциплины: формирование современного научного мировоззрения и воспитание духовной культуры индивида на основе самых лучших достижений мировой и отечественной культурологической мысли. Учебный курс предлагает обучающимся знание о месте культуры в социуме, её сущности и происхождении, структуре и составе культурологического знания, знакомит слушателей с историей культурологической мысли (в соответствии с проблемно-хронологическим принципом изложения), категориальным аппаратом данной области знания, раскрывает существо проблем современной культурологии.

Основные разделы: 1) Актуальные проблемы современной культуры; 2) Историческая типология культуры; 3) Актуальные концепции современной теории культуры.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ОК-1: способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;

ОК-6: способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

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

ПК-11: способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Культурная политика Красноярского края»

Цель изучения дисциплины: обеспечение теоретическими и практическими основами продвижения отрасли «культура» Красноярского края, традиционными и современными технологиями профессиональной рекламной и PR деятельности с применением нормативных правовых актов отрасли «культура»

Основные разделы: 1) Государственная культурная политика Красноярского края как самостоятельный вид государственной региональной политики; 2) Государственные и муниципальные органы управления культуры Красноярского края; 3) Специфика нормативного правового регулирования государственной культурной политики на территории Красноярского края; 4) Цели и задачи культурной политики Красноярского края на современном этапе.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ОК-2: способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции.

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

ПК-11: способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Медиапланирование»

Цель изучения дисциплины: формирование у студентов умений и навыков в области эффективного взаимодействия со СМИ для оптимизации коммуникативной среды компании или организации. Курс позволяет освоить анализ организации в рыночной и информационной ситуации, умение оценить возможности и риски в стратегии и тактике рекламно-информационной политики организации. Цель курса - ознакомить студентов с основами теории и технологий медиапланирования, необходимых для квалифицированной профессиональной деятельности бакалавра рекламной и PR деятельности.

Основные разделы: 1) Медиарилейшнз: структура и содержание; 2) Типология СМИ. Принципы эффективного взаимодействия со СМИ; 3) Пресс-служба: функции, задачи; 4) Медиапланирование: основные технологии и модели.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ОПК-4: умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ПК-7: способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Арт-менеджмент»

Цель изучения дисциплины: парадигмальное осмысление арт-менеджмента в соответствии с принципом единства исторического и логического, включая нормативно-правовое регулирование, построение субъект-объектной модели арт-менеджмента, изучение технологий продвижения в арт-индустрии и формы трансляции арт-продуктов.

Основные разделы: 1) Арт-менеджмент в системе современной социокультурной практики и науки об управлении: сфера искусства и технология менеджмента; 2) Арт-менеджмент за рубежом и в России: прошлое, настоящее, будущее; 3) Управление в сфере арт-менеджмента; 4) Арт-менеджмент в системе непрерывного гуманитарного образования; 5) Виды арт-рынка в условиях развития современного российского общества.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ОК-7: способность к самоорганизации и самообразованию;
ПК-2: владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы.
Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Религиоведение»

Цель изучения дисциплины: позволить приобрести такие компетенции в области мировых религиозных культур, которые можно успешно реализовать в своей профессиональной и социальной деятельности.

Основные разделы: 1) Культурно-религиозные традиции, характерные для цивилизаций Востока; 2) Культурно-религиозные традиции, характерные для цивилизаций Запада; 3) Межкультурный и межконфессиональный диалог в современном мире.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

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

ОК-6: способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

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

ПК-11: способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Бренд-менеджмент»

Цель изучения дисциплины: формирование знаний об общей системе брендинга, понимание различий в подходах построения и управления брендом у разных школ, а также наработка базовых навыков в построении и развитии брендинга, необходимых для квалифицированной профессиональной деятельности.

Основные разделы: 1) История брендинга. Основные характеристики бренда. Роль бренда в системе маркетинга; 2) Индивидуальность бренда. Технологии рождения бренда. Имя, дизайн. Упаковка; 3) Концепция и стратегии управления брендом; 4) Концепция позиционирования бренда. Конкурентные преимущества; 5) Практический бренд-менеджмент. Вывод на рынок торговой марки. Корпоративная и организационная культура; 6) основы брендинга; 7) Лояльность бренду, потребительское поведение.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ОПК-5: умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

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

Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Массовая культура»**

Цель изучения дисциплины: знакомство с историей и современным состоянием коммерческой культуры, ориентированной на широкий спектр потребителей в разных ее видах: дизайн, реклама, фотография, кинематограф мейнстрима, телевидение, интернет-коммуникации и др. Помимо этого в процессе изучения дисциплины бакалавр знакомится с основными методологическими подходами анализа произведений массовой культуры и ориентирован на постановку и решение ключевых философских, этических и практических проблем, существующих в области современной массовой культуры.

Основные разделы: 1) Теория массовой культуры; 2) История массовой культуры; 3) феномены массовой культуры

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

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

Форма промежуточной аттестации: зачет.