

АННОТАЦИИ
к рабочим программам дисциплин образовательной программы
«Рекламный маркетинг»
Учебный план 2019 года набора

Обязательная часть

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Философия»**

Цель изучения дисциплины: формирование универсальных компетенций, связанных с применением в философском контексте общенаучных методов поиска, критического анализа и синтеза информации; развитие критического мышления, рефлексии, навыков ведения дискуссии, способностей к организации индивидуальной и коллективной деятельности с учетом межкультурного разнообразия общества.

Основные разделы: 1) Историко- философское введение; 2) Онтология и теория познания; 3) Философия и методология науки; 4) Антропология и социальная философия.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций)

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.

УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
«История»**

Цель изучения дисциплины: формирование у студентов систематизированных знаний о закономерностях и особенностях всемирно-исторического процесса, историческом своеобразии России, её месте в мировом сообществе цивилизаций; введение в круг исторических проблем, связанных с областью будущей профессиональной деятельности, выработка навыков получения, анализа и обобщения исторической информации.

Основные разделы: 1) История в системе социально-гуманитарных наук; 2) Древнейшая и древняя история; 3) Россия и мир в период средневековья; 4) Россия и мир в период нового времени; 5) Россия и мир в новейший период времени; 6) Влияние «науки рекламы» на развитие России и мира.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций)

УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

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. В рамках указанной общей цели приоритетным являются такие качества будущих бакалавров, как: способность осуществлять межкультурные контакты в профессиональных целях, конкурентоспособность, стремление к самосовершенствованию в постоянно меняющемся многоязычном и мультикультурном мире, мобильность и гибкость в решении задач производственного и научного плана, потребность в самообразовании.

Основные разделы: Учебно-познавательная, социально-культурная, деловая сферы общения (1, 2, 3, 4 семестр).

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций)

УК-4. Способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(-ых) языке(ах).

Форма промежуточной аттестации: зачет (1, 2, 3 семестр); экзамен (4 семестр).

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; 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)

УК-8: Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Компьютерные технологии и информатика»

Целью изучения дисциплины «Компьютерные технологии и информатика» являются: расширение знаний студентов 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. Воспитательной целью дисциплины «Компьютерные технологии и информатика» является формирование у студентов научного, творческого подхода к информационным ресурсам и средствам работы с ними.

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 использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Культурология»

Цель изучения дисциплины: выявление сущностных характеристик феномена культуры, ее функционально-видовой специфичности и типологического многообразия, наиболее продуктивных подходов к определению сущности культуры, ее сфер, составных элементов, механизмов и тенденций развития.

Основные разделы: 1) Морфология культуры; 2) Анатомия и динамика развития культуры.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

УК-5 (способность воспринимать межкультурное разнообразие в социально-историческом, этическом, философском контекстах)

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Социология»

Цель изучения дисциплины: формирование у студентов теоретических знаний об обществе, о сущности и специфике социальной жизни, динамике социальных процессов в России и мире, овладение основами современной методологии научного исследования социальных феноменов

Основные разделы: 1) Общество: социальная система и социальная реальность; 2) Социальная структура общества. Социальные институты. Общественные отношения: механизмы и формы социальных изменений. Социальное неравенство и стратификация; 3) Личность как субъект социальных отношений; 4) Социальная мобильность в современном обществе; 5) Исследование социальных институтов, социальных процессов, социальных отношений: научные подходы и методы; 6) Коммуникация как социальный феномен. Роль рекламы как социального института в современном обществе

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Аннотация к рабочей программе дисциплины «История рекламы»

Цель изучения дисциплины: ознакомить будущего бакалавра с основными этапами становления зарубежной и отечественной рекламной коммуникации и современными тенденциями рекламной теории и практики, обучить навыкам применения традиционных и современных средств и методов рекламы в будущей практической работе.

Основные разделы: Истоки рекламной коммуникации. История античной и западноевропейской средневековой рекламы. История рекламы Западной Европы и США XVII – XX вв. История мировых брендов. История российской рекламы. Тенденции развития рекламной коммуникации.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

УК-5 Способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Основы теории коммуникации»

Цель изучения дисциплины: овладение теоретическими и практическими знаниями в области профессиональной коммуникации.

Основные разделы: Базовые аспекты коммуникации. Типы и виды коммуникации. Специфика коммуникативных процессов. Коммуникация в различных сферах профессиональной деятельности.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

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):

Способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2).

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

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

Цель изучения дисциплины: получение знаний об эффективном формировании актуальных взаимоотношений субъектов рыночной деятельности с общественностью; владение общими и специфическими методами, закономерностями управления общественным мнением с целью конкурентоспособного позиционирования на рынке.

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

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

Способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в

создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2).

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: Массовая информация как основа функционирования современного социума. Масс-медиа как базовый фактор формирования современного общественного сознания. Современная информационная инфраструктура. Тенденции развития СМИ.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ОПК-1 Способность создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

Форма промежуточной аттестации: зачет, экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций»

Цель изучения дисциплины: формирование представления у обучающихся об интегрированных коммуникациях в качестве мультidisциплинарной стратегии вариативных медиа и структурной координации коммуникаций со стэйкхолдерами, влияющих на восприятие ими всей информации об организации как едином целом.

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):

ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

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

Цель изучения дисциплины связана с необходимостью формирования у будущих выпускников навыков по созданию и презентации креативного продукта и призвана сформировать у обучающегося представление о креативных подходах в любом виде и сфере деятельности, а также дать ряд навыков самостоятельной деятельности в сфере генерации идей и смыслотворчества. Содержание дисциплины позволит обучающемуся приобрести компетенции в области создания и транслирования идей, которые он сможет успешно реализовать в своей профессиональной и социальной деятельности.

Основные разделы: Креатив как научная проблема современного общества. Формирование креативного мышления. Гуманитарные реалии XXI века и организация креативной среды.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни;

ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

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):

УК-2: Способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;

ОПК- 5: Способность учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникативных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Информационные технологии в рекламе»

Цель и задачи изучения дисциплины: Целью изучения дисциплины является 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 рекламной деятельности; 2) Информационная база рекламной деятельности; 3) Сетевые технологии и Интернет в рекламе.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

В результате изучения дисциплины «Информационные технологии в рекламе и PR» у студентов формируются следующие общепрофессиональные компетенции: способность использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии (ОПК-6).

Форма промежуточной аттестации: зачет, экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Коммуникативные технологии»

Цель изучения дисциплины: усвоение студентами системы теоретических знаний и формирование практических умений, связанных с использованием коммуникативных технологий в рекламной деятельности.

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):

ОПК-2: способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.

ОПК-4: способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

Форма промежуточной аттестации: зачет, 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):

Способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3);

Способность учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7).

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Физическая культура и спорт»

Цель изучения дисциплины: является формирование физической культуры личности, основ ведения здорового образа жизни, обеспечение качественного, динамичного и интегративного учебно-воспитательного процесса, отражающего ценностно-мировоззренческую направленность и компетентностную готовность к будущей социальной, образовательной, физкультурно-спортивной деятельности.

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

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

УК-7: способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

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

Цель изучения дисциплины: формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль и образ жизни, физическое совершенствование и самовоспитание привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом для поддержания на должном уровне физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

Основные разделы: 1) Учебно-тренировочный раздел; 2) Контрольный раздел (тестирование физической подготовленности, в том числе по нормативам ВФСК ГТО).

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

УК-7: способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Часть, формируемая участниками образовательных отношений

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Менеджмент рекламы»

Цель изучения дисциплины: Грамотная управленческая деятельность рекламной сферы обеспечивает организацию работы коллектива исполнителей; планирование, организацию и обеспечение эффективности функционирования и развития рекламы; осуществление контроля за работой коллектива исполнителей. Это обуславливает значимость дисциплины «Менеджмент рекламы».

Цель дисциплины «Менеджмент рекламы» – получение студентами специальных знаний по всем этапам организации и управления рекламой, приобретение навыков и умений организации рекламного процесса в практической деятельности.

Основные разделы: 1) Менеджмент в современных организациях. Рекламная деятельность в системе маркетинга; 2) Современный рекламный процесс; 3) Виды рекламной деятельности и средств распространения рекламы. Перспективные направления рекламной деятельности; 4) Функциональность рекламы; 5) Планирование рекламной деятельности; 6) Организация рекламной деятельности; 7) Мотивация сотрудников рекламных служб и рекламных агентств; 8) Регулирование и контроль рекламной деятельности; 9) Паблик рилейшнз и реклама.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ПК-1: способен организовывать маркетинговые исследования с использованием современных информационно-коммуникационных технологий

ПК-4: способен осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции

Форма промежуточной аттестации: экзамен, курсовая работа

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Маркетинг рекламы»

Цель изучения дисциплины: Преподавание дисциплины направлено на формирование у студентов теоретических знаний в области современного коммуникационного бизнеса, практических навыков и умений в организации маркетинговой деятельности рекламы. 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):

ПК-3: Способность разрабатывать маркетинговые стратегии на основе интеграции различных средств продвижения в комплексе маркетинговых коммуникаций.

Форма промежуточной аттестации: экзамен, курсовая работа

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Социология рекламы»

Цель изучения дисциплины: освоение обучающимися особенностей функционирования социального института рекламы в современном обществе, изучение социологических методов обеспечения рекламной деятельности с целью практического применения полученных знаний при проведении маркетинговых и социологических исследований в области рекламы.

Основные разделы: 1) Реклама в поле социологического дискурса; 2) Социальное воздействие и социальное потребление рекламы; 3) Социологическое обеспечение рекламной кампании; 4) Структура социологического исследования в области рекламы; 5) Планирование социологических исследований в сфере рекламы: основные вопросы; 6)

Качественные исследования в сфере рекламы и анализ их результатов; 7) Количественные исследования в области рекламы и анализ их результатов.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ПК-2: Способен выявлять факторы, определяющие потребительский спрос, существенные характеристики целевой аудитории потребителей.

Форма промежуточной аттестации: зачет, экзамен.

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

Цель изучения дисциплины: получение обучающимися навыков проведения маркетинговых исследований, разработки маркетинговых стратегий и программ, организации коммуникативной и сбытовой деятельности, совершенствования ценообразования, использования основных элементов маркетинга в практической деятельности специалиста по рекламе.

Основные разделы: 1) Методологические основы маркетинговых исследований; 2) Методы сбора данных. Измерения в маркетинговых исследованиях; 3) Анализ данных и подготовка итогового отчета о маркетинговом исследовании; 4) Основные направления маркетинговых исследований в рекламе и связях с общественностью; 5) Ситуационный анализ как элемент маркетинговых исследований.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ПК-2: Способен выявлять факторы, определяющие потребительский спрос, существенные характеристики целевой аудитории потребителей.

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):

Способность организовывать маркетинговые исследования с использованием современных информационно-коммуникационных технологий (ПК-1).

Форма промежуточной аттестации: зачет, экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Медиапланирование»

Цель изучения дисциплины: формирование у студентов умений и навыков в области эффективного взаимодействия со средствами массовой коммуникации для оптимизации коммуникативной среды компании или организации.

Основные разделы: Медиарилейшнз: структура и содержание. Типология СМК. Принципы эффективного взаимодействия со СМИ. Рекламные агентства и отделы рекламы: структура и функции. Медиапланирование: основные технологии и модели.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ПК-4 Способен осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции.

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):

способность управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-6).

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Брендинг»

Цель изучения 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 в сфере рекламы и связей с общественностью.

Основные разделы: Бренддинг в современных условиях. Брендové коммуникации. Продвижение бренда. Измерения бренда. Эффективный бренд. Индивидуальность и ценность бренда.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ПК-4: Способен осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции.

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: Эстетика рекламного образа. Соотношение художественного и рекламного образа. Эстетика имиджа в рекламе. Эстетические категории в формировании имиджа. Эстетика наружной рекламы. Эстетические принципы городского дизайна. Постмодернистская реклама. Эстетические принципы интернет-пространства.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ПК-3 Способен разрабатывать маркетинговые стратегии на основе интеграции различных средств продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Инновационный менеджмент»

Цель изучения дисциплины: в курсе изучаются базовые понятия инновационного менеджмента. Курс знакомит: с теоретическими вопросами формирования инновационной стратегии предприятия и их практической реализацией на конкретных предприятиях; с теоретическими вопросами оценки объектов интеллектуальной собственности и их возможностью использования на практике. В курсе рассмотрены механизмы финансовой поддержки инноваций; варианты взаимодействия дочерних малых предприятий с Вузами и НИИ, модели трансферта технологий в США, Швеции, КНР и др. Курс нацелен на формирование у слушателей: 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):

ПК-4: Способен осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Поведение потребителей»

Цель изучения дисциплины: Преподавание дисциплины направлено на формирование у студентов системных знаний факторов и процессов поведения потребителей и умений комплексного использования этих знаний в разработке маркетинговых решений.

Основные разделы: 1) Процесс принятия потребительского решения; 2) Внутренние факторы поведения потребителей; 3) Факторы внешнего влияния на поведение потребителей; 4) Поведение потребителей и маркетинговая политика компании

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ПК-2 Способен выявлять факторы, определяющие потребительский спрос, существенные характеристики целевой аудитории потребителей

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):

Способность осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции (ПК-4).

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Разработка и технологии производства рекламного продукта»

Цель изучения дисциплины: Целью данной дисциплины является 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) Рекламное обращение: форма, содержание, структура; 2) Правила разработки и оформления рекламного текста; 3) Правила разработки изобразительной части рекламного обращения; 4) Приемы увеличения эффективности рекламного обращения; 5) Особенности разработки рекламного продукта для основных медиаканалов директ-мейл; 6) Полиграфические технологии в производстве рекламного продукта; 7) Способы печати рекламного продукта; 8) Технологии в Интернет-рекламе; 9) Техника и технология рекламной фотографии.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ПК-3: способен разрабатывать маркетинговые стратегии на основе интеграции различных средств продвижения в комплексе маркетинговых коммуникаций.

Форма промежуточной аттестации: зачет, экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Интернет технологии в рекламе и PR»

Цель изучения дисциплины: формирование базовых представлений о рекламных технологиях в сети Интернет, позволяющих ориентироваться в рекламных стратегиях Интернет-рекламы, в вопросах получения, обработки, интерпретации необходимой для рекламной деятельности информации из Сети с целью подготовки содержания и оформления рекламных сообщений, принятия оптимальных решений по проведению рекламных кампаний, оценки эффективности рекламной деятельности, а так же проведения рекламных компаний в Сети.

Основные разделы: 1) Особенности рекламы в сети Интернет; 2) Подготовка к проведению рекламной или PR-кампании в сети Интернет; 3) Организация рекламной деятельности в сети Интернет; 4) PR в сети Интернет.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ПК-1. Способен организовывать маркетинговые исследования с использованием современных информационно-коммуникационные технологий.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Информационная культура в научно исследовательской работе»

Цель изучения дисциплины: формирование информационного мировоззрения будущего специалиста; 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) 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; 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):

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Реклама в социокультурной сфере»

Цель изучения дисциплины: формирование представлений о рекламе как области коммуникативной практики, овладение общими и специфическими методами, закономерностями и особенностями рекламной деятельности в социально-культурной сфере.

Основные разделы: 1) Социально-культурная сфера и рекламная деятельность; 2) Реклама в системе социокультурного маркетинга; 3) Технология брендинга в рекламной деятельности социокультурного института; 4) Рекламная кампания в социально – культурной сфере; 5) Рекламный бизнес и социально-культурная сфера

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

Способность выявлять факторы, определяющие потребительский спрос, существенные характеристики целевой аудитории потребителей (ПК-2).

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Глобалистика и геополитика»

Цель изучения дисциплины: Знакомство с основными концепциями и подходами глобалистики и геополитики, формирование компетенций, связанных с развитием критического мышления, рефлексии, навыков поиска, анализа, интерпретации и представления информации, ведения дискуссии по тематике глобалистики и геополитики.

Основные разделы: Раздел 1 “Глобалистика”, Раздел 2 “Геополитика”.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

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 рекламы и продвижения в арт-индустрии и формы трансляции арт-продуктов.

Основные разделы: «Арт-менеджмент в системе современной социокультурной практики и науки об управлении: сфера искусства и технология менеджмента», «Арт-менеджмент за рубежом и в России: прошлое, настоящее, будущее», «Управление в сфере арт-менеджмента»,

«Арт-менеджмент в системе непрерывного гуманитарного образования»,
«Виды арт-рынка в условиях развития современного российского общества».

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций): способен осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции (ПК-4).

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «История и теория визуального мышления в рекламе»

Цель изучения дисциплины: посредством освоения законов визуального мышления, проявленных в наиболее значимых явлениях мирового и отечественного искусства в качестве носителей культурных ценностей и репрезентантов национального мировоззрения овладеть общекультурными компетенциями, позволяющими 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 теорию визуального мышления; 2) Модуль 1. Искусство Древнего мира и Античности; 3) Модуль 2. Искусство Средних веков. Восточное искусство; 4) Модуль 3. Искусство Возрождения и Нового времени; 5) Модуль 4. Искусство XIX – XX вв.; 6) Модуль 5. Русское искусство.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

Изучение дисциплины позволяет значительно расширить кругозор учащихся, сформировать собственное видение современных проблем отрасли, что позволяет работать в рамках следующих компетенций: УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

Форма промежуточной аттестации: зачет

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Теория и история культуры»

Цель изучения дисциплины: рассмотрение логики развития культурных процессов с целью формирования ориентиров и ценностных критериев субъектов деятельности, их ориентации в сложном процессе универсализации культуры при осознании важности сохранения национальных культурных традиций и диалога культур, формирование целостного представления об эволюции культуры.

Основные разделы: 1) Теоретические основания науки о культуре; 2) Эволюция мировой культуры; 3) Эволюция отечественной культуры.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

УК-5 (способность воспринимать межкультурное разнообразие в социально-историческом, этическом, философском контекстах)

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Факультативы

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Социальная и культурная антропология»

Цель преподавания дисциплины – формирование познавательных навыков бакалавра. Основными областями лекционной, практической и самостоятельной работы студента 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): (УК-5)
Способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Культурная политика Красноярского края»

Цель изучения дисциплины: обеспечение подготовки специалистов по рекламе и связям с общественностью для социально-культурной сферы Красноярского края в целом и отрасли «культура» в частности.

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):

УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

Форма промежуточной аттестации: зачет.