

Аннотации рабочих программ учебных дисциплин

Направление подготовки	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Уровень образования	Магистратура

Методологические проблемы современной науки

(название дисциплины)

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать компетенции обучающегося в области самостоятельного овладения новыми методами исследования, выбора методов экспериментальной работы и подготовки базы для научных исследований.

2. Содержание дисциплины

Учебный модуль 1. Методология научных исследований.

Учебный модуль 2. Эмпирический и теоретический уровни научного познания.

3. Перечень компетенций

- ОК-1, ОК-3, ОК-4, ОПК-7, ПК-20, ПК-21, ПК-22, ПК-23, ПК-25, ПК-26

4. Общая трудоемкость дисциплины

- 2 зач.ед.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

- Зачёт с оценкой

Деловой иностранный язык

(название дисциплины)

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать компетенции обучающегося в области межкультурной коммуникации, а именно: развитие и совершенствование компетенций в иноязычном общении в ситуациях развития деловых контактов, связанных с осуществлением делового знакомства, презентацией организации, проведением телефонных разговоров, написанием деловых писем, подготовкой и участием в деловых встречах, переговорах, предполагающих предварительное редактирование и перевод документов, договоров и пр.

2. Содержание дисциплины

Учебный модуль 1. Поиск работы.

Учебный модуль 2. Работа в офисе

3. Перечень компетенций

- ОК-5, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6,

- 4. Общая трудоемкость дисциплины

- 2 зач.ед.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

- Зачёт с оценкой

Основы научных исследований в профессиональной сфере

(название дисциплины)

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать у обучающихся компетенции в области получения, накопления и применения научных знаний при подготовке к самостоятельной научно-исследовательской и научно-практической деятельности в области рекламы и связей с общественностью.

2. Содержание дисциплины

Учебный модуль 1. Реклама и связи с общественностью как предмет прикладных наук

Учебный модуль 2. Практические аспекты научной деятельности в области рекламы и СО

3. Перечень компетенций

- ОК-1, ОПК-5, ПК-13, ПК-20, ПК-21, ПК-22, ПК-24,

4. Общая трудоемкость дисциплины

- 2 зач.ед.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

- Зачёт с оценкой

Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах

(название дисциплины)

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать у обучающегося компетенции в области знания новейших технологий рекламы и связей с общественностью и умений применять их в практической деятельности при проектировании и реализации коммуникационных кампаний.

2. Содержание дисциплины

Учебный модуль 1. Перспективные технологии распространения коммуникационного продукта.

Учебный модуль 2. Сетевые технологии в деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью.

Учебный модуль 3. Применение сетевых технологий в рекламе и СО.

Учебный модуль 4. Технологии разработки концепции коммуникационного продукта в сфере коммерческой производственной деятельности

Учебный модуль 5. Технологии рекламы и СО в социальной и социально-политических сферах.

Учебный модуль 6. Технологии рекламы и СО в информационно-символических сферах.

3. Перечень компетенций

- ОК-2, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-9, ПК-12, ПК-13

4. Общая трудоемкость дисциплины

- 6 зач.ед.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

- Зачёт, экзамен, курсовая работа

Иностранный язык в профессиональной деятельности

(название дисциплины)

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать профессионально-коммуникативную компетенцию обучающегося в области практического использования иностранного языка в области межкультурной коммуникации в социально-культурном и профессиональном общении.

2. Содержание дисциплины

Учебный модуль 1. Реклама и связи с общественностью.

Учебный модуль 2. Работа с информацией на иностранном языке.

3. Перечень компетенций

- ОК-5, ОК-6, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6,

4. Общая трудоемкость дисциплины

- 2 зач.ед.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

- Зачёт с оценкой

Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью

(название дисциплины)

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать у обучающегося компетенции связанные с планированием, подготовкой, организацией, реализацией и оценкой эффективности коммуникационных кампаний различного масштаба.

2. Содержание дисциплины

Учебный модуль 1. Теоретические аспекты организации коммуникационных кампаний.

Учебный модуль 2. Вопросы планирования коммуникационных кампаний..

Учебный модуль 3. Организационно-экономические аспекты проведения коммуникационных кампаний..

Учебный модуль 4. Практические подходы к организации коммуникационных кампаний.

Учебный модуль 5. Реализация кампаний по рекламе и СО..

Учебный модуль 6. Проведение нестандартных коммуникационных кампаний

Учебный модуль 7. Организация коммуникационной поддержки спонсорских и благотворительных программ коммерческих организаций.

3. Перечень компетенций

- ОК-2, ОПК-1, ОПК-3, ПК-12, ПК-13

4. Общая трудоемкость дисциплины

- 7 зач.ед....

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

- Зачёт, экзамен, курсовая работа

Управление агентством рекламы и связей с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью организации

(название дисциплины)

1. Цель изучения дисциплины:

Целью дисциплины является выработка у обучающегося компетенций, требуемых для успешного выполнения функций по управлению агентством по рекламе и СО и службой по рекламе и СО организации.

2. Содержание дисциплины

Учебный модуль 1. Организационные принципы построения коммуникативных агентств и служб организаций.

Учебный модуль 2. Планирование в области рекламы и связей с общественностью.

Учебный модуль 3. Практические аспекты планирования работы агентства рекламы и СО.

Учебный модуль 4. Оперативное планирование деятельности коммуникационного агентства..

3. Перечень компетенций

- ОК-6, ОПК-5, ПК-13
- **4.Общая трудоемкость дисциплины**
- 4 зач.ед.

5.Форма (ы) промежуточной аттестации

- экзамен

Теория и история масс-медиа

(название дисциплины)

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать у обучающихся компетенции, связанные с умениями использовать современные методы решения научных задач, применением в исследованиях современных научных концепций и с навыками интерпретации результатов научных исследований.

2. Содержание дисциплины

Учебный модуль 1. История масс-медиа.

Учебный модуль 2. Современные формы масс-медиа.

Учебный модуль 3. Масс-медиа в науках о человеке.

Учебный модуль 4. Прикладные теории масс-медиа.

3. Перечень компетенций

- ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-8, ПК-21
- **4.Общая трудоемкость дисциплины**
- 4 зач.ед.

5.Форма (ы) промежуточной аттестации

- экзамен

Организационно-управленческие стратегии и документооборот

(название дисциплины)

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать у обучающегося компетенции в сфере стратегического управления и планирования, организации и деятельности ее коллектива.

2. Содержание дисциплины

Учебный модуль 1. Основы управления производственными процессами.

Учебный модуль 2. Стратегии развития и функции руководства.

Учебный модуль 3. Документооборот в организации.

3. Перечень компетенций

- ОПК-1, ОПК-2, ОПК-8, ОПК-9
- 4.Общая трудоемкость дисциплины
- 3 зач.ед.

5.Форма (ы) промежуточной аттестации

- Экзамен

Творческая реализация стратегий позиционирования

(название дисциплины)

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать у обучающегося компетенции в области управления процессами творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, руководства проектной деятельностью и разработкой заданий на разработку проектов.

2. Содержание дисциплины

Учебный модуль 1. Теоретические основы позиционирования.

Учебный модуль 2. Практические вопросы позиционирования.

Учебный модуль 3. Организация творческого процесса в рекламе.

Учебный модуль 4. Организация консультативно-исследовательских мероприятий по анализу качества творческой составляющей рекламного продукта.

3. Перечень компетенций

- ОК-3, ОК-4, ОПК-2
- 4.Общая трудоемкость дисциплины
- 3 зач.ед....

5.Форма (ы) промежуточной аттестации

- Зачёт

Научно-практический семинар

(название дисциплины)

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать у обучающегося компетенции в области генерирования научно-практических идей и концепций, а также в области применения накопленных научно-практических знаний в научном творчестве и профессиональной деятельности.

2. Содержание дисциплины

Учебный модуль 1. Теоретические подходы к исследованиям в сфере рекламы и СО

Учебный модуль 2. Методика эмпирического исследования в сфере рекламы и СО.

Учебный модуль 3. Планирование и организация деятельности в сфере рекламы и СО

Учебный модуль 4. Современные механизмы реализации кампаний в рекламе и СО

Учебный модуль 5. Управление коммуникацией и информационные технологии в рекламе и СО

Учебный модуль 6. Технологии менеджмента в рекламе и СО

Учебный модуль 7. Репутационные технологии в рекламе и СО

3. Перечень компетенций

- ОК-1, ОК-4, ОПК-5, ПК-21, ПК-23
- **4.Общая трудоемкость дисциплины**
- 7 зач.ед....

5.Форма (ы) промежуточной аттестации

- Зачёты

Событийный менеджмент в коммерческой сфере

(название дисциплины)

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать у обучающегося компетенции в области знания принципов разработки, подготовки и реализации коммуникативных событий, умения руководить процессами их организации, умения эксплуатировать современное техническое оборудование, применяемое при их организации, а также навыков их технико-экономического обоснования и составления их бизнес-планов.

2. Содержание дисциплины

Учебный модуль 1. Событийный менеджмент: подготовка мероприятий

Учебный модуль 2. Принципы планирования и осуществления коммуникационных мероприятий

Учебный модуль 3. Событийный менеджмент: проведение мероприятий.

Учебный модуль 4. Организационные вопросы проведения мероприятий.

Учебный модуль 5. Организационно-экономические вопросы проведения коммуникативных событий

3. Перечень компетенций

- ОК-3, ОПК-9, ПК-13
- **4.Общая трудоемкость дисциплины**
- 5 зач.ед.

5.Форма (ы) промежуточной аттестации

Экзамен, курсовая работа

Основы преподавания рекламы и связи с общественностью

(название дисциплины)

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать у обучающихся компетенции необходимые для успешного осуществления преподавательской деятельности по профилю специальности в учебных заведениях различного уровня.

2. Содержание дисциплины

Учебный модуль 1. Основы педагогической деятельности в высшей школе и учебных заведениях среднего звена.

Учебный модуль 2. Современные методики преподавания и их использование в преподавании специальных дисциплин.

Учебный модуль 3. Специфика преподавания специальных дисциплин в области рекламы и PR-технологий

Учебный модуль 4. Основы учебно-методической деятельности в высшей и средней школе

Учебный модуль 5. Воспитательная работа в ВУЗе и самостоятельная работа студентов.

3. Перечень компетенций

- ОК-3, ОК-4, ОПК-8, ПК-25
- **4.Общая трудоемкость дисциплины**
- 5 зач.ед.

5.Форма (ы) промежуточной аттестации

Экзамен

Методы научно-методологического поиска

(название дисциплины)

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать у обучающихся компетенции в области самостоятельной научно-исследовательской и научно-практической деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

2. Содержание дисциплины

Учебный модуль 1. Принципы решения теоретических и прикладных задач в области рекламы и СО.

Учебный модуль 1. Принципы решения теоретических и прикладных задач в области рекламы и СО.

Учебный модуль 3. Научное творчество и система подготовки научных кадров.

3. Перечень компетенций

- ОК-3, ОПК-1, ОПК-9, ПК-20, ПК-21

4.Общая трудоемкость дисциплины

- 2 зач.ед.

5.Форма (ы) промежуточной аттестации

- Зачет

Методы научно-аналитической работы

(название дисциплины)

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать у обучающихся компетенции в аналитической и научно-исследовательской сфере рекламной деятельности

2. Содержание дисциплины

- Учебный модуль 1. Научно-аналитическая работа в области рекламы и СО.
- Учебный модуль 2. Современные информационные технологии в научно-аналитической работе.
- Учебный модуль 3. Система наукометрии и научно-аналитическая деятельность..

3. Перечень компетенций

- ОК-4, ПК-20, ПК-21

4.Общая трудоемкость дисциплины

- 2 зач.ед.

5.Форма (ы) промежуточной аттестации

- Зачет

Репутационный менеджмент

(название дисциплины)

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать у обучающихся компетенции, связанные с планированием и разработкой коммуникационных кампаний и мероприятий по управлению общественным мнением.

2. Содержание дисциплины

Учебный модуль 1. Организационно-методологические основы репутационного менеджмента

Учебный модуль 2. Методы исследования репутации (репутационный аудит)..

Учебный модуль 3. Методы управления репутацией.

Учебный модуль 4. Социальная ответственность бизнеса в программах управления репутацией.

Учебный модуль 5. Технологии управления деловой репутацией компании.

Учебный модуль 6. Антикризисные коммуникации как механизм защиты репутации

3. Перечень компетенций

- ОК-2, ОПК-8, ОПК-9

4.Общая трудоемкость дисциплины

- 4 зач.ед.

5.Форма (ы) промежуточной аттестации

- Экзамен

Технология управления общественным мнением

(название дисциплины)

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать у обучающихся компетенции, связанные с планированием и разработкой коммуникационных кампаний и мероприятий по управлению общественным мнением.

2. Содержание дисциплины

- Учебный модуль 1. Общественное мнение как социальный феномен.
- Учебный модуль 2. Факторы, влияющие на общественное мнение.
- Учебный модуль 3. Общественное мнение и массовое сознание. Манипулятивные технологии
- Учебный модуль 4. Технологии изучения общественного мнения.
- Учебный модуль 5. Организация исследований общественного мнения
- Учебный модуль 6. Бизнес-коммуникации и управление общественным мнением

3. Перечень компетенций

- ОПК-8, ОПК-9

4. Общая трудоемкость дисциплины

- 4 зач.ед.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

- Экзамен

Информационно-техническое обеспечение рекламы и связей с общественностью

(название дисциплины)

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать у обучающегося компетенции в области использования современных информационных технологий в практической деятельности, использования современного оборудования и приборов при планировании и осуществлении коммуникационных кампаний и мероприятий.

2. Содержание дисциплины

Учебный модуль 1. Новые медийные технологии.

Учебный модуль 2. Принципы использования технологических достижений в области рекламы
Учебный модуль 3. Компьютерные технологии в исследованиях, планировании и оценке эффективности рекламы и СО.

3. Перечень компетенций

- ОПК-4, ОПК-7, ПК-13

4. Общая трудоемкость дисциплины

- 3 зач.ед.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

- Зачет, курсовая работа

Мультимедийные технологии

(название дисциплины)

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать у обучающегося компетенции в области использования современных информационных технологий в практической деятельности и использования современного оборудования и приборов при планировании и осуществлении коммуникационных кампаний и мероприятий.

2. Содержание дисциплины

Учебный модуль 1. Технологии создания мультимедийных продуктов

Учебный модуль 2. Технологии представления и демонстрации мультимедийных продуктов

Учебный модуль 3. Мультимедийные технологии в связях с общественностью.

3. Перечень компетенций

- ОПК-7, ПК-13, ПК-21

4. Общая трудоемкость дисциплины

- 3 зач.ед.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

- Зачет, курсовая работа

Международная рекламная деятельность

(название дисциплины)

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать компетенции обучающегося в области профессиональной работы на международном уровне и в кросс-культурном пространстве.

2. Содержание дисциплины

Учебный модуль 1. Реклама как сфера международного бизнеса.

Учебный модуль 2. Организация международной рекламной деятельности

Учебный модуль 3. Локализация международных рекламных кампаний..

3. Перечень компетенций

- ОПК-6, ПК-12

4. Общая трудоемкость дисциплины

- 3 зач.ед.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

- Экзамен

Формирование международных брендов

(название дисциплины)

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать компетенции обучающегося в сфере самостоятельной работы на международном уровне и в кросс-культурном пространстве.

2. Содержание дисциплины

- Учебный модуль 1. Брендинг в условиях глобализации.
- Учебный модуль 2. Оценка возможности адаптации национального бренда к деятельности на международном рынке.
- Учебный модуль 3. Специфика локализации международного бренда.
- Учебный модуль 4. Технологии продвижения международного бренда на национальном рынке..

3. Перечень компетенций

- ОПК-6

4.Общая трудоемкость дисциплины

- 3 зач.ед.

5.Форма (ы) промежуточной аттестации

- Экзамен

Российский рекламный рынок

(название дисциплины)

1. Цель изучения дисциплины:

Основной целью дисциплины является формирование у обучающихся компетенций в сфере социокультурных коммуникаций, обусловленных спецификой российского рекламного рынка

2. Содержание дисциплины

- Учебный модуль 1. Структура российского рекламного рынка
- Учебный модуль 2. Тенденции развития российского рекламного рынка

3. Перечень компетенций

- ОПК-2,ОПК-6

4.Общая трудоемкость дисциплины

- 2 зач.ед.

5.Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет

Реклама и связи с общественностью в российском коммерческом пространстве

(название дисциплины)

1. Цель изучения дисциплины:

Основной целью дисциплины является формирование у обучающихся компетенций в области коммуникационной и научно-исследовательской деятельности

2. Содержание дисциплины

- Учебный модуль 1. Роль и место связей с общественностью в российском коммерческом пространстве.

- Учебный модуль 2. Роль и место рекламы в российском коммерческом пространстве.

3. Перечень компетенций

- ОПК-6, ПК-12

4. Общая трудоемкость дисциплины

- 2 зач.ед.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет

Социокультурные аспекты потребления

(название дисциплины)

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать компетенции обучающегося в области социологии, социальной психологии и культурологии потребления

2. Содержание дисциплины

- Учебный модуль 1. Специфика исследования сферы потребления
- Учебный модуль 2. Институты и общности в сфере потребления

3. Перечень компетенций

- ПК-23

4. Общая трудоемкость дисциплины

- 2 зач.ед.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет

Технологии качественных исследований в рекламной деятельности

(название дисциплины)

1. Цель изучения дисциплины:

Основной целью дисциплины является формирование у обучающихся компетенций в области технологии качественных исследований в рекламной деятельности

2. Содержание дисциплины

- Учебный модуль 1. Введение в дисциплину
- Учебный модуль 2. Особенности технологии качественных исследований в рекламной деятельности

3. Перечень компетенций

- ОК-3

4. Общая трудоемкость дисциплины

- 2 зач.ед.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет