

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего профессионального образования
«Нижегородский государственный лингвистический университет
им. Н.А. Добролюбова»**

УТВЕРЖДАЮ

Ректор _____
Б.А. Жигалёв

«_24_» января _2014 г._

Номер внутривузовской регистрации _____
протокол Ученого совета № 6 от 24.01.14



**Основная образовательная программа
высшего профессионального образования**

Направление подготовки

031600.62 (42.03.01) - РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Профиль подготовки

**Реклама и связи с общественностью в системе
государственного и муниципального управления**

Квалификация (степень)

Бакалавр

Форма обучения

Очная, заочная

г. Нижний Новгород
2014 год

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения.....	3
1.1. Основная образовательная программа (ООП) бакалавриата, реализуемая федеральным государственным образовательным учреждением высшего профессионального образования «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова» по направлению подготовки 42.03.01 (031600.62) - Реклама и связи с общественностью (профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления).....	3
1.2. Нормативные документы для разработки ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600.62) - Реклама и связи с общественностью	3
1.3. Общая характеристика вузовской основной образовательной программы высшего профессионального образования (ВПО) (бакалавриат).....	3
1.4. Требования к абитуриенту.....	4
2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600.62) - Реклама и связи с общественностью.....	4
2.1. Область профессиональной деятельности выпускника.....	4
2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника.....	4
2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника.....	4
2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника.....	4
3. Компетенции выпускника ООП бакалавриата, формируемые в результате освоения данной ООП ВПО.....	5
4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600.62) - Реклама и связи с общественностью	8
4.1. Годовой календарный учебный график.....	9
4.2. Учебный план подготовки бакалавра.....	9
4.3. Аннотации рабочих программ.....	19
4.4. Аннотация программы практики студентов.....	76
5. Фактическое ресурсное обеспечение ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600.62) 031600.62 – Реклама и связи с общественностью	77
6. Характеристики среды вуза, обеспечивающие развитие общекультурных и социально-личностных компетенций выпускников.....	77
7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600.62) – Реклама и связи с общественностью (профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления).....	78
7.1. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.....	79
7.2. Итоговая государственная аттестация выпускников ООП бакалавриата.....	79
Приложение.....	80

1. Общие положения

1.1. Основная образовательная программа (ООП), реализуемая федеральным государственным образовательным учреждением высшего профессионального образования «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова» по направлению подготовки **42.03.01 (031600.62) – РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ** (профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления) представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную Университетом с учетом требований рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта по соответствующему направлению подготовки высшего профессионального образования (ФГОС ВПО).

ООП регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки. ООП включает в себя: учебный план, рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей) и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также программы учебной и производственной практик, календарный учебный график и прочие материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии.

1.2. Нормативные документы для разработки ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600.62) – Реклама и связи с общественностью (профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления)

Нормативную правовую базу разработки ООП бакалавриата составляют:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».
- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования (бакалавриат) по направлению подготовки 031600.62 - Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 марта 2010 г. № 221.
- Нормативно-методические документы Минобрнауки России.
- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 19 декабря 2013 г. № 1367.
- Устав Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова». Утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 1852 от 27 мая 2011 г.
- Локальные нормативно-правовые акты НГЛУ, касающиеся организации образовательной деятельности;
- Концепция инновационного развития ФГБОУ ВПО «НГЛУ» на период с 2014 по 2019 гг. (Нижний Новгород, 2013 г.);
- Программа развития Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н.А. Добролюбова на период с 2015 по 2020 гг. (Нижний Новгород, 2014 г.)

1.3. Общая характеристика вузовской основной образовательной программы высшего профессионального образования (ВПО) (бакалавриат)

1.3.1. Цель (миссия) ООП бакалавриата - обеспечить формирование специалиста в области рекламы и связей с общественностью, профессионала высокого уровня, социально мобильного, целеустремленного, организованного, трудолюбивого, ответственного, с

гражданской позицией, толерантного, готового к продолжению образования и включению в инновационную деятельность на основе овладения общекультурными и профессиональными компетенциями; личности, способной ориентироваться в сложных реалиях современного мира и самостоятельно принимать адекватные решения.

1.3.2. Нормативный срок освоения ООП - четыре года.

1.3.3. Трудоемкость ООП - 240 зачетных единиц.

1.4. Требования к абитуриенту

Абитуриент должен иметь документ государственного образца о среднем (полном) общем образовании, среднем профессиональном образовании или высшем профессиональном образовании.

При поступлении абитуриент должен предъявить результаты ЕГЭ либо пройти вступительные испытания по русскому языку, обществознанию и иностранному языку, подтверждающие освоение основных общеобразовательных программ среднего (полного) общего образования по соответствующим предметам.

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600.62) – Реклама и связи с общественностью

2.1. Область профессиональной деятельности выпускника

Область профессиональной деятельности бакалавров включает:

- коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах;
- техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций;
- технологии пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных учреждений и органов, их позиционирование в рыночной среде;
- общественное мнение.

Типы организаций и учреждений, в которых может осуществлять профессиональную деятельность бакалавр по данному направлению и профилю подготовки: государственные учреждения и органы государственного и муниципального управления, некоммерческие и общественные организации; коммерческие компании.

2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника:

- государственные структуры федерального, регионального и местного уровней, органы самоуправления;
- негосударственные, общественные и коммерческие учреждения и организации, средства массовой информации.

2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника:

- организационно-управленческая,
- проектная,
- коммуникационная,
- рекламно-информационная,
- рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая.

Конкретные виды профессиональной деятельности, к которым в основном готовится бакалавр, определяются высшим учебным заведением совместно с обучающимися, научно-педагогическими работниками высшего учебного заведения и объединениями

работодателей.

2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника

Организационно-управленческая деятельность:

- участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; осуществление оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью; проведение мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок; оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;

- участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе, мотивация сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников;

проектная деятельность:

- участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд;

- подготовка проектной и сопутствующей документации (техничко-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

коммуникационная деятельность:

- участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными службами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;

- участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результата исследований;

рекламно-информационная деятельность:

- разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы традиционных и современных средств рекламы;

рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:

- участие в организации и проведении маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг;

- участие в организации и проведении социологических исследований с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по улучшению имиджа фирмы, организации, товаров и услуг;

- проведение рыночного наблюдения, опросов, анкетирования, эксперимента с целью улучшения имиджа и конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг; сбор, обработка и анализ полученных данных;

- подготовка, организация и проведение анкетирования и опросов мнения потребителей и общественного мнения; обработка и подготовка данных для анализа;

- сбор и систематизация научно-практической информации по теме исследований в области рекламы и связей с общественностью;

- составление и оформление материалов для экспертных заключений и отчетов;

- написание аналитических справок, обзоров и прогнозов.

3. Компетенции выпускника ООП бакалавриата, формируемые в результате освоения данной ООП ВПО

Результаты освоения ООП бакалавриата определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

В результате освоения данной ООП бакалавриата выпускник должен обладать следующими компетенциями:

общекультурные (ОК):

- владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановкой цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- умением логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);
- умением использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);
- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);
- умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК-7);
- осознанием социальной значимости своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-8);
- использования основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- использования основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применяет методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-10);
- способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);
- владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);
- способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13);
- владением одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного (ОК-14);
- владением новыми методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-15);
- владением средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма, укрепления здоровья, коррекции физического развития (ОК-16);
- знанием своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умением использовать действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии (ОК-17);

профессиональные (ПК):

общепрофессиональные:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных,

коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-1);

- владением знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах (ПК-2);

- способностью под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-3);

- способностью под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях (ПК-4);

- владением основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения (ПК-5);

- обладает базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6);

- обладает базовыми навыками бренд-менеджмента (ПК-7);

- обладает базовыми навыками медиапланирования (ПК-8);

- обладает базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);

- способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);

- способностью проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ПК-11);

- способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-12);

- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве (ПК-13);

- умением осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-14);

- умением использовать методику и технику проведения маркетинговых кабинетных и внекабинетных исследований рынка, организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации (ПК-15);

организационно-управленческая деятельность:

- обладает пониманием основ менеджмента и маркетинга (ПК-16);

- знает историю и основные теории менеджмента, владеет основными управленческими функциями (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация) и методами их реализации; знает основы бизнес-процессов (ПК-17);

- способностью оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; способен к выработке нестандартных решений (ПК-18);

- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-19);

- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-20);

- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-21);

- способностью участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, нацелен на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации, общего культурного и профессионального уровня сотрудников (ПК-22);

проектная деятельность:

- способностью к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд (ПК-23);

- владеет навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-24);

- способностью реализовывать проекты и владеет методами их реализации (ПК-25);

коммуникационная деятельность:

- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры (ПК-26);

- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований (ПК-27);

рекламно-информационная деятельность:

- способностью организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-28);

рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:

- обладает компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению ее конкурентной позиции (ПК-29);

- способностью организовать и провести социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации (ПК-30);

- способностью организовать и провести рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке; осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных (ПК-31);

- способность подготовить, организовать и провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения; осуществить обработку и подготовку данных для анализа (ПК-32);

- способностью собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы (ПК-33);

- владеет навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-34);

- владеет навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов (ПК-35).

4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600.62) - Реклама и связи с общественностью

В соответствии с ФГОС ВПО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600.62) - Реклама и связи с общественностью содержание и организация образовательного процесса при реализации данной ООП регламентируется учебным планом бакалавра с учетом его профиля; рабочими программами учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей); материалами, обеспечивающими качество подготовки и воспитания обучающихся; программами учебных и производственных практик; годовым календарным учебным графиком.

4.1. Годовой календарный учебный график

В календарном учебном графике (см. Примерный учебный план, с. 11) представлена последовательность реализации ООП ВПО направления подготовки 42.03.01 (031600.62) - Реклама и связи с общественностью, включая теоретическое обучение, практики, промежуточные и итоговую аттестации, а также каникулы.

4.2. Учебный план подготовки бакалавра

Направление подготовки 42.03.01 (031600.62) – Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки – Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Нормативный срок обучения – 4 года

Учебный план составлен с учетом общих требований к условиям реализации основных образовательных программ, сформулированных в разделе 7 ФГОС ВПО по направлению подготовки 42.03.01 (031600.62) – Реклама и связи с общественностью.

В учебном плане приведена логическая последовательность освоения циклов и разделов ООП ВПО (дисциплин, практик), обеспечивающих формирование компетенций, указана общая трудоемкость дисциплин, модулей, практик в зачетных единицах, а также их общая и аудиторная трудоемкость в часах.

В базовых частях учебных циклов указан перечень базовых дисциплин в соответствии с требованиями ФГОС ВПО по направлению подготовки 42.03.01 (031600.62) – Реклама и связи с общественностью (бакалавриат).

Согласно п. 6.3. ФГОС ВПО по направлению подготовки 42.03.01 (031600.62) – Реклама и связи с общественностью (бакалавриат) базовая (обязательная) часть цикла «Гуманитарный, социальный и экономический цикл» предусматривает изучение следующих обязательных дисциплин: «История», «Философия», «Иностранный язык», базовая (обязательная) часть профессионального цикла предусматривает изучение дисциплины «Безопасность жизнедеятельности».

Перечень и последовательность дисциплин в вариативных частях учебных циклов сформированы разработчиками ООП ВПО бакалавриата по профилю «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления».

Для каждой дисциплины и практики указаны формы промежуточной аттестации. ООП ВПО бакалавриата по профилю «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» содержит дисциплины по выбору студентов в объеме не менее одной трети вариативной части суммарно по всем трем учебным циклам ООП.

Реализация компетентного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Максимальный объем учебной нагрузки обучающихся при освоении ООП ВПО бакалавриата не превышает 54 академических часов в неделю, включая все виды

аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы по освоению ООП и факультативных дисциплин, устанавливаемых вузом дополнительно к ООП и являющихся необязательными для изучения обучающимися.

Объем факультативных дисциплин не превышает 10 зачетных единиц за весь период обучения.

Максимальный объем аудиторных учебных занятий в неделю при освоении ООП в очной форме обучения составляет 36 академических часов. В указанный объем не входят обязательные аудиторные занятия по физической культуре.

Общий объем каникулярного времени в учебном году составляет 7-10 недель, в том числе не менее двух недель в зимний период.

Раздел «Физическая культура» трудоемкостью две зачетные единицы реализуется при очной форме обучения в объеме 400 часов (п. 7.10 ФГОС ВПО).

Раздел основной образовательной программы бакалавриата «Учебная и производственная практики» является обязательным и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. При реализации ООП предусматриваются следующие виды практик: учебно-ознакомительная, производственная (п. 7.15 ФГОС ВПО).

ПРИМЕРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

*по направлению подготовки
42.03.01 (031600.62) - РЕКЛАМА И СВЯЗИ
С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ*

*Профиль: Реклама и связи с общественностью
в системе государственного и муниципального управления*

Квалификация (степень) «бакалавр»

Нормативный срок обучения – 4 года

Формы обучения – очная, заочная

I. Календарный учебный график

	Сентябрь				Октябрь				Ноябрь				Декабрь				Январь				Февраль				Март				Апрель				Май				Июнь				Июль				Август			
	4 нед.				5 нед.				4 нед.				4 нед.				4 нед.				4 нед.				5 нед.				4 нед.				5 нед.				5 нед.				4 нед.				4 нед.			
I																			Э	К	К														Э	Э	Э	У	У	К	К	К	К	К	К			
II																			Э	К	К														Э	Э	Э	У	У	К	К	К	К	К	К			
III																			Э	К	К														Э	Э	Э	П	П	П	П	К	К	К	К	К		
IV						П	П	П	П	П	П							Э	Э	К	К										Э	Э	Г	Г	Г	Г	Г	Г	Г	Г	К	К	К	К	К	К		

II. Сводные данные по бюджету времени (в неделях)

Условные обозначения		Курсы	Теоретическое обучение	Экзаменационная сессия	Учебно-ознакомительная практика	Производственная практика	Итоговая государственная аттестация	Каникулы	Всего
	Теоретическое обучение	I	38	4	2			8	52
Э	Экзаменационная сессия	II	38	4	2			8	52
У	Учебная практика	III	37	4		4		7	52
П	Производственная практика	IV	24	4		6	8	10	52
К	Каникулы								
Г	Итоговая государственная аттестация								
Итого		Итого	137	16	4	10	8	33	208

III. План учебного процесса

Код УЦ ООП	Наименование дисциплин	Зачетные единицы	Часы	Форма итогового контроля (семестр)		Распределение по курсам и семестрам							
						I курс		II курс		III курс		IV курс	
		Трудоёмкость по ФГОС	Общая трудоёмкость	Экзамен	Зачет	Семестр		Семестр		Семестр		Семестр	
						1	2	3	4	5	6	7	8
						недель		недель		недель		недель	
20	18	20	18	20	17	13	11						
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Б.1	Гуманитарный, социальный и экономический цикл	64	2304										
Б.1.1	Базовая часть	33	1188										
1.	Русский язык и культура речи	7	252	2	1	x	x						
2.	Иностранный язык	10	360	2	1	x	x						
3.	Отечественная история	4	144	2		x	x						
4.	Психология	2	72		2		x						
5.	Социология	2	72		4				x				
6.	Философия	5	180	4				x	x				
7.	Экономика	3	108		2		x						
Б.1.2	Вариативная часть	31	1116										
	Дисциплины, определяемые ООП вуза	19	684										
1.	Основы социального государства	2	72		3			x					
2.	Религиоведение	3	108		5					x			
3.	Конфликтология	3	108		5					x			
4.	Стилистика и литературное редактирование	4	144	3				x					
5.	Практический курс иностранного языка	7	252	4				x	x				

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
	<i>Дисциплины по выбору студента, определяемые ООП вуза</i>	12	432										
6.	Философия коммуникации в контексте проблем современности	2	72		3			x					
7.	Философия языка в контексте современности	x	x		x			x					
8.	Социология личности	x	x		x			x					
9.	Культура понимания в межличностной коммуникации	x	x		x			x					
10.	История и философия религии	x	x		x			x					
11.	Основы трудового законодательства	x	x		x			x					
12.	Проблема человека в американской философии	x	x		x			x					
13.	Политология и политическая теория	x	x		x			x					
14.	История международных отношений	x	x		x			x					
15.	Коррупция: причины, проявление, противодействие	x	x		x			x					
16.	Права человека	x	x		x			x					
17.	Этико-политические и правовые учения личности	x	x		x			x					
18.	Библия как памятник культуры	x	x		x			x					
19.	История российского кино	x	x		x			x					
20.	Римское право как феномен культуры	x	x		x			x					
21.	Религиозные процессы в современной России	x	x		x			x					
22.	Великие музеи мира	x	x		x			x					
23.	Культура Китая	x	x		x			x					
24.	Язык и культура	2	72		4				x				
25.	Речевая конфликтология	x	x		x				x				
26.	Искусство полемики	x	x		x				x				
27.	Британский миф о России	x	x		x				x				

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
28.	Языковая игра в средствах массовой информации	x	x		x				x				
29.	Национально-культурная информация языковых единиц	x	x		x				x				
30.	Корпусная лингвистика	x	x		x				x				
31.	Имя собственное в языковой картине мира	x	x		x				x				
32.	Культура здоровья человека	x	x		x				x				
33.	Социальная психология	x	x		x				x				
34.	Литературные традиции Нижегородского края	x	x		x				x				
35.	Русский исторический роман	x	x		x				x				
36.	Творчество М.А. Булгакова: философские аспекты	x	x		x				x				
37.	Психология профессиональной деятельности переводчика	x	x		x				x				
38.	Психологические аспекты межкультурной коммуникации	x	x		x				x				
39.	Правоведение	2	72		4				x				
40.	Современные политические коммуникации	x	x		x				x				
41.	Формирование навыков чтения профессионально ориентированного текста (на ин. яз.)	3	108		2		x						
42.	Речевой этикет профессионального общения на иностранном языке	x	x		x		x						
43.	Формирование навыков аудирования (на ин. яз.)	3	108		2		x						
44.	Формирование навыков письменной коммуникации (на ин. яз.)	x	x		x		x						
Б.2	Математический и естественнонаучный цикл	15	540										
Б.2.1	Базовая часть	10	360										
1.	Математика и статистика	5	180	1		x							

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
2.	Компьютерные технологии и информатика	5	180	2		x	x						
Б.2.2	Вариативная часть	5	180										
	<i>Дисциплины, определяемые ООП вуза</i>	<i>3</i>	<i>108</i>										
1.	Пакеты прикладных программ	3	108		3			x					
	<i>Дисциплины по выбору студента, определяемые ООП вуза</i>	<i>2</i>	<i>72</i>										
2.	Базы данных и элементы систем управления базами данных	x	x		5					x			
3.	Системы электронного документооборота	x	x		x					x			
4.	Введение в программирование на персональном компьютере	x	x		x					x			
5.	Информационная безопасность	x	x		x					x			
6.	Специальное программное обеспечение	x	x		x					x			
7.	Экономическая география и регионалистика	x	x		x					x			
8.	Человек и природа	x	x		x					x			
9.	Экология	x	x		x					x			
Б.3	Профессиональный цикл	126	4536										
Б.3.1	Базовая (общепрофессиональная) часть	55	1980										
1.	Основы рекламы и связей с общественностью	4	144	1		x							
2.	Основы теории коммуникации	4	144	2			x						
3.	Социология массовых коммуникаций	4	144	5						x			
4.	Психология массовых коммуникаций	3	108		4				x				
5.	Теория и практика массовой информации	8	288	6	5					x	x		
6.	Теория и практика рекламы и связей с общественностью	8	288	4				x	x				
7.	Основы менеджмента	5	180	3				x					

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
8.	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	5	180	6							x		
9.	Основы маркетинга	4	144	4					x				
10.	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	8	288	6						x	x		
11.	Безопасность жизнедеятельности	2	72		1	x							
Б.3.2	Вариативная часть	71	2556										
	<i>Дисциплины, определяемые ООП вуза</i>	<i>49</i>	<i>1764</i>										
1.	Современная пресс-служба	4	144	8								x	x
2.	Основы медиапланирования	4	144	7								x	
3.	Основы антикризисного менеджмента	3	108	7								x	
4.	Этика и психология делового общения	3	108		1	x							
5.	История и актуальные проблемы журналистики	2	72		2		x						
6.	Основы коммуникационного и культурного менеджмента	4	144	7								x	
7.	Иностранный язык в профессиональной сфере	13	468	8	6					x	x	x	x
8.	Брендинг	3	108		7							x	
9.	Работа с текстами по связям с общественностью и рекламе	2	72		8								x
10.	Информационный менеджмент	2	72		7							x	
11.	Реклама и связи с общественностью в политике	5	180	6						x	x		
12.	Технологии производства политического рекламного продукта	4	144	8									x
	<i>Дисциплины по выбору студента, определяемые ООП вуза</i>	<i>22</i>	<i>792</i>										
13.	Немедийные коммуникации	3	108		3			x					
14.	Деловая документация в связях с общественностью и рекламе	x	x		x			x					
15.	Брендинг территории	2	72		6						x		
16.	Регионоведение	x	x		x						x		

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
17.	Этнология	2	72		6						х		
18.	Работа в многонациональных коллективах	х	х		х						х		
19.	Выставка как инструмент рекламы и связей с общественностью	3	108		8								х
20.	Правовое регулирование рекламной деятельности	х	х		х								х
21.	Консалтинг в коммерческой сфере	3	108		8								х
22.	Политический консалтинг	х	х		х								х
23.	Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях	2	72		7							х	
24.	Социальный маркетинг	х	х		х							х	
25.	Основы деловой корреспонденции (на ин. яз.)	3	108		3			х					
26.	Развитие навыков устного делового общения (на ин. яз.)	х	х		х			х					
27.	Лексические и грамматические особенности языка рекламы (на ин. яз.)	2	72		4				х				
28.	Совершенствование навыков орфографии (на ин. яз.)	х	х		х				х				
29.	Деловые переговоры (на ин. яз.)	2	72		5					х			
30.	Иностранный язык в сфере бизнеса	х	х		х					х			
	ИТОГО	205	7380										
Б.4	Физическая культура	2	400		1-5, 6 диф.	х	х	х	х	х	х		
Б.5	Учебная и производственная практики	21					х		х		х	х	
Б.6	Итоговая государственная аттестация	12											х
	Общая трудоёмкость образовательной программы	240				60		60		60		60	
Ф	Факультатив	10	360										

РЕФЕРАТ

<i>Дисциплина</i>	<i>Курс / семестр</i>	<i>Форма контроля</i>
Основы рекламы и связей с общественностью	I / 1	Зачет
Философия	II / 3	Зачет
Религиоведение	III / 5	Зачет

КУРСОВАЯ РАБОТА

<i>Дисциплина</i>	<i>Курс / семестр</i>	<i>Форма контроля</i>
Теория и практика рекламы и связей с общественностью	II / 4	Диф. зачет
Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	III / 6	Диф. зачет
Основы коммуникационного и культурного менеджмента	IV / 7	Диф. зачет

ИТОГОВАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АТТЕСТАЦИЯ

- Государственный междисциплинарный экзамен
- Защита выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы)

ПРИМЕЧАНИЯ:

1. Настоящий учебный план составлен в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом (ФГОС) высшего профессионального образования по направлению подготовки бакалавров 42.03.01 (031600.62) - Реклама и связи с общественностью (профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления).

2. Курсовые работы, текущая и промежуточная аттестации рассматриваются как вид учебной работы по дисциплине и выполняются в пределах трудоемкости, отводимой на её изучение.

3. Объем факультативных дисциплин – 10 зачетных единиц за весь период обучения. Факультатив не входит в трудоёмкость 240 зачетных единиц.

4.3. Аннотации рабочих программ

Русский язык и культура речи

Цель освоения дисциплины

Расширение общегуманитарного кругозора, языковой и коммуникативной компетенций будущих специалистов в области рекламы и связей с общественностью.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части цикла гуманитарных, социальных и экономических дисциплин (Б.1) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановкой цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- умение логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- стремление к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);
- владение основами речи, знание ее видов, правил речевого этикета и ведения диалога, законов композиции и стиля, приемов убеждения (ПК-5).

Краткое содержание

Язык и культура: язык как универсальное средство коммуникации и средство создания, хранения, передачи информации и культуры. Русский язык среди других языков мира: структурные особенности русского языка, русская языковая картина мира. Современное состояние русского языка. Содержание понятия культура речи, аспекты культуры речи. Речевое общение: порождение, понимание и трансформация текстов.

Иностранный язык

Цель освоения дисциплины

Формирование умений говорения (монологическая и диалогическая речь), чтения, аудирования и письма (неформальное письмо).

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина включена в базовую часть гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1). Трудоемкость дисциплины составляет 10 зачетных единиц.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- умение логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- владение одним из иностранных языков на уровне не ниже среднего (ОК-14);
- владение основами речи, знание ее видов, правил речевого этикета и ведения диалога, законов композиции и стиля, приемов убеждения (ПК-5).

Краткое содержание

Люди вокруг нас: семья, семейные традиции российской и британской семьи, внешность, одежда, общеевропейские праздники (Christmas, St. Valentine's Day, Easter, Mother's Day). Мой дом: домашняя обстановка, быт британской/американской семьи. День в жизни студента, включающий разделы: распорядок дня российского и британского студента, досуг, любимые занятия, в университете, предметы специализации, экзаменационная сессия, система обучения в старейших университетах Великобритании (Oxbridge) и США (Harvard, Yale, William & Mary). Времена года, климат России и англоязычных стран, включающий разделы: любимое время года, каникулы, прогноз погоды, путешествия.

Языковые аспекты: фонетика, графика и орфография, орфоэпия, лексика, грамматика.

Отечественная история

Цель освоения дисциплины

Изучение основных этапов развития и характерных черт отечественной истории, ее роли в рамках всемирного исторического процесса.

Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина относится к базовой части гуманитарного и социально-экономического цикла (Б.1). Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);
- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- знание своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умение использовать действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии (ОК-17).

Краткое содержание

Сущность исторического знания. История России - неотъемлемая часть всемирной истории. «Откуда есть пошла русская земля?» Киевская Русь (IX-XIII вв.). Московская Русь. Россия и средневековые общества Европы и Азии. Становление Российской империи. Особенности российского абсолютизма. Особенности и основные этапы развития России в XIX веке. Россия в XX-XXI вв. Роль XX столетия в мировой истории.

Психология

Цель освоения дисциплины

Формирование у студента теоретических основ и методологического базиса психологии, знаний о механизмах и закономерностях функционирования и развития психики, а также умений использовать полученные психологические знания в практике профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина является базовой частью гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1) ООП. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);
- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- умение критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК-7);
- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- владение базовыми навыками общения, умения устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);
- способность проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ПК-11);

- способность участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, нацеленность на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации, общего культурного и профессионального уровня сотрудников (ПК-22).

Краткое содержание

Предмет, объект, задачи и методы психологии. История развития психологического знания и основные направления в психологии. Основные подходы к пониманию личности и её структуры. Закономерности, условия и источники развития личности. Мотивационно-потребностная сфера личности. Внутренние преграды и конфликты в мотивационной сфере. Ценности и идеалы личности, её самоопределение.

Познавательная деятельность и познавательные способности личности. Регуляция познавательной активности личности. Эмоционально-волевая сфера личности и её структура. Активность, саморегуляция и самоорганизация личности. Индивидуально-психологические особенности личности. Способности и деятельность.

Общение и коммуникативный потенциал личности. Структура общения. Система коммуникативных свойств и способностей личности. Роль общения в профессиональной деятельности. Личность и группа. Межличностные отношения в группе. Социально-психологический климат в группе. Психологические проблемы эффективности групповой деятельности. Причины возникновения, стадии протекания и методы разрешения конфликтов. Групповые нормы. Групповая совместимость и сплочённость. Особенности взаимодействия личности с группами разного уровня развития. Лидерство и руководство в группе. Групповое решение.

Социология

Цели освоения дисциплины

Изучение закономерностей развития человеческого общества.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина является базовой частью гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1) ООП. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-8);
- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- способность обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10).

Краткое содержание

Социология как наука. Общество как социокультурная система. Культура как регулятор социального взаимодействия и социальных отношений. Социальные институты. Социальные организации. Социальные общности и социальные группы. Социальная стратификация. Личность как социальный тип и деятельный субъект. Социальный контроль и социальные изменения. Методология социологического исследования.

Философия

Цель освоения дисциплины

Формирование общекультурных компетенций, необходимых для осуществления профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью, что

предполагает изучение многообразия философских концепций и специфики философского типа мышления, формирование культуры мышления и навыков философского подхода к решению профессиональных задач и актуальных проблем современной цивилизации, а также развитие философской культуры личности.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);
- использование основных положений философии при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- овладение способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11).

Краткое содержание

Философия, ее место и роль в культуре. Исторические типы философии. Античная философия. Особенности средневековой философии. Философские идеи эпохи Возрождения. Философия XVII-XIX веков. Философия XX века. Русская философская мысль, ее истоки, особенности и основные этапы развития. Учение о бытии. Человек как предмет философских размышлений. Человек и общество. Человек и культура. Проблема сознания в философии и науке. Познание как философская проблема. Философия коммуникации. Наука и техника. Будущее человечества.

Экономика

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов системы знаний об экономических отношениях, механизмах и закономерностях рыночной системы хозяйства.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина включена в базовую часть гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины

- способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);
- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- использование основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применяет методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-10);
- обладание базовыми навыками бренд-менеджмента (ПК-7);
- обладание базовыми навыками медиапланирования (ПК-8).

Краткое содержание

Введение в экономику. Рынок. Спрос и предложение. Фирма. Типы рыночных структур. Факторные рынки. Формирование и распределение доходов. Макроэкономическое равновесие. Безработица. Инфляция. Государственное регулирование экономики. Экономический рост и экономические циклы.

Основы социального государства

Цель освоения дисциплины

Формирование представлений о социальной политике государства как междисциплинарном научном направлении и элементе общей системы знаний о государстве, актуальных проблемах социальной политики государства и возможностей повышения ее эффективности, изучение процессов развития и становления основных моделей социального государства.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции).

- умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);
- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- овладение способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);
- знание своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умение использовать действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии (ОК-17).

Краткое содержание

Концепции социального государства и его индикаторы. Принципы и модели социального государства. Конституционно-правовая основа социального государства. Экономическая основа социального государства. Социальная политика государства. Социальная ответственность государства.

Религиоведение

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов представления о приоритетной роли религии в определении мировоззренческих установок и социального поведения людей в контексте культур различных наций и этносов.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- знание своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умение использовать действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии (ОК-17);
- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-1).

Краткое содержание

Предмет, методы и функции религиоведения. Религия в системе культуры. Сущность религии с точек зрения различных мировоззренческих подходов, философских, религиозных и социологических теорий. Ранние формы религий. Особенности политеизма. Религии древних обществ, средиземноморья. Национальные религии. Буддизм: история возникновения, культовые и догматические особенности. Раннее христианство: генезис вероучения и культа. Культовые и догматические особенности католицизма и православия. Основные этапы истории католицизма. Протестантские церкви и секты. Основные этапы развития Русской православной церкви. Феномен старообрядчества в контексте православной традиции. Современное состояние русского православия. Ислам как мировая религия. Современные нетрадиционные религиозные культы религии в России. Проблема законодательного регулирования религиозной деятельности: отечественный и зарубежный опыт. Религиозное сознание в контексте современного информационно-коммуникативного пространства.

Конфликтология

Цель освоения дисциплины

Формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, что предполагает освоение системных знаний о природе социального конфликта и формирование умений и навыков управления конфликтными ситуациями.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готовностью нести за них ответственность (ОК-4);
- владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве (ПК-1).

Краткое содержание

Конфликтология, её предмет и задачи. Проблема конфликта в истории философской и социологической мысли. Природа социального конфликта. Процесс и динамика конфликта. Проблема типологии конфликтов. Человеческий фактор в конфликте. Современные технологии разрешения конфликтов. Проблема урегулирования конфликтов. Связи с общественностью в управлении конфликтными и кризисными ситуациями.

Стилистика и литературное редактирование

Цель освоения дисциплины

Овладение знаниями стилистической системы русского языка, формирование навыков и умений литературного редактирования как одного из видов текстовой деятельности.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- умение логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);

- обладание базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6).

Краткое содержание

Стилистическая система русского литературного языка. Научный стиль. Официально-деловой стиль. Публицистический стиль. Язык художественной литературы. Особенности устной публичной речи. Язык и стиль средств массовой коммуникации. Функционирование лексических и фразеологических средств. Функционирование морфологических норм в речи. Имя существительное. Имя прилагательное. Имя числительное. Местоимение. Глагол. Функционирование предложения простого и сложного. Стилистика текста. Тропы и стилистические фигуры, их роль в построении текстов различных типов и назначений. Текст как объект литературного редактирования. Виды текстов и особенности работы редактора над ними. Критерии редакторской оценки: рассуждение, описание, повествование. Правка текста при литературном редактировании. Виды правки. Психологические предпосылки редактирования. Логические основы редактирования текста. Работа над композицией авторского материала. Работа над фактическим материалом. Работа над языком и стилем публикаций. Методика редактирования авторского материала.

Практический курс иностранного языка

Цель освоения дисциплины

Формирование иноязычной коммуникативной компетенции и формирование первичных навыков профессиональной коммуникации. В качестве целевых умений, составляющих основу коммуникативной компетенции на младшем этапе, выступают умения говорения, умения чтения с пониманием, умения понимания на слух (аудирование), умения письма и перевода.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- владение основами речи, знание ее видов, правилами речевого этикета и ведения диалога, законами композиции и стиля, приемами убеждения (ПК-5);
- обладание базовыми навыками бренд-менеджмента (ПК-7);
- обладание базовыми навыками медиапланирования (ПК-8);
- владение базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9).

Краткое содержание

Студенческая жизнь. Личные достижения. Подготовка к экзаменам. Планирование рабочего времени. Призвание и выбор профессии. Личные и профессиональные качества. Условия работы. Карьера. Проблемы поиска работы. Средства массовой информации: типы, их характерные особенности, распространение, оценка. Реклама и связи с общественностью как профессиональные сферы деятельности. Бренд-менеджмент. Медиапланирование. Опыт проведения отдельных рекламных и PR-кампаний.

Философия коммуникации в контексте проблем современности

Цель освоения дисциплины

Изучение студентами философских проблем коммуникации, этапов ее развития, места и роли философии коммуникации в современной общественной мысли, культуре.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины (компетенции)

- владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановкой цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- обладание базовыми навыками общения, умение устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, консалтинговыми агентствами (ПК-9).

Краткое содержание

Семантическое поле понятия «коммуникация». Проблемы коммуникации в современных условиях цивилизационного развития общества. Философия языка в контексте коммуникативной ситуации информационного общества. Язык как феномен культуры и важнейшее средство этнокультурной идентичности. Проблемы диалога культур в современном мире. Философско-лингвистический анализ коммуникативных процессов второй половины XX - начала XXI вв.

Философия языка в контексте современности

Цель освоения дисциплины

Освоение вербального (текст) и знаково-визуального (иллюстрация) коммуникационного потенциала языка в условиях традиционной культуры и техногенной цивилизации на материалах рукописной и печатной книги Западной Европы, а также современных текстов на цифровых носителях.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина относится к вариативной части (дисциплина по выбору) гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1.2). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- стремление к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);
- способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11).

Краткое содержание

Морфологические формы кризиса языка в условиях цивилизации. Лингвистические аспекты соотношения культуры и посткультуры. Правильная речь – правильное мышление – правильное поведение: воспитательное значение устного, письменного слова в эпоху Каролингов. Рукописная книга Средних веков и современная ей наука. Значение книгопечатания для развития европейских языков. Проблема соотношения текста и гипертекста в формате цифровых технологий. Особенности языковой ситуации в Германии в конце XV в. М. Лютер и его сподвижники о развитии городских школ, необходимости знания языков, орфографии немецкого языка. Язык как текст и язык книжной иллюстрации. Немецкая библейская иллюстрация как система коммуникации. Проблема восприятия и понимания текста в традиционной печатной книге и современных электронных изданиях. Проблемы языка и вербальной коммуникации в европейской философии XIX–XX вв.

Социология личности

Цель освоения дисциплины

Изучение личности в контексте социальной жизни, в системе социальных отношений, социальных институтов и общностей; овладение методиками и техниками социологических исследований личности и межличностного взаимодействия.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к вариативной части (дисциплина по выбору) гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1) ООП. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-9).

Краткое содержание

Социология личности как отрасль социального знания. Личность как предмет социологического знания. Структура личности. Личность, общество и природа. Личность с позиции теории деятельности. Типологии личности в социальной науке. Социализация личности. Личность как субъект семейных отношений. Семья в структуре общества. Личность в малой группе. Межгрупповые отношения и взаимодействия. Личность в конфликтной социальной среде. Личность в контексте социальной демографии. Личностные трансформации и социальные изменения. Личность как субъект социального действия и социального взаимодействия. Личность в социальной структуре общества. Личностные аспекты социальной дихотомии культуры и цивилизации. Религиозное сознание личности. Мораль в структуре личности и общества. Личность в системе социальной стратификации. Личность как субъект социальной мобильности. Личностные трансформации в информационном обществе. Личность, научно-технический прогресс и новейшие технологии. Структура и процесс социологического исследования личности.

Культура понимания в межличностной коммуникации

Цель освоения дисциплины

Изучение студентами общекультурных основ межличностного взаимодействия, востребованных в профессиональной деятельности

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к вариативной части (дисциплина по выбору) гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- стремление к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);
- умение критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК-7).

Краткое содержание

Культура понимания как социальное явление информационного общества. Культура понимания как важнейший механизм межличностного взаимодействия. Культура понимания как процесс. Роль культуры понимания в межкультурных и межконфессиональных коммуникациях. Принципы культурного функционирования межличностной коммуникации.

История и философия религии

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов представления о религии как сложном социально-духовном явлении, играющем важнейшую роль в формировании мировоззренческих установок и людей.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановкой цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- знание своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умение использовать действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии (ОК-17).

Краткое содержание курса

Религия как социально-духовное явление. Сущность религии с точек зрения различных мировоззренческих подходов, философских, религиозных и социологических теорий. Комплекс наук о религии. Религиозная идентичность и феномен религиозности. Зарождение религии. Авраамическая и восточная религиозные традиции. Основные этапы развития иудаизма, христианства и ислама. Религиозная картина в странах Востока. Проблема смерти-бессмертия, свободы и предопределения в авраамической и восточных религиозных традициях. Феномен веры и суеверия. Религия и наука. Религия в современном мире. Постсекулярное общество.

Основы трудового законодательства

Цель освоения дисциплины

Изучение основ трудового законодательства, социального партнерства, формирование юридического мышления, овладение навыками исполнять и соблюдать нормы трудового права в своей деятельности, умение на практике защищать свои законные права.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится вариативной части (дисциплина) по выбору гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции).

- умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);
- знание своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умение использовать действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии (ОК-17).

Краткое содержание

Трудовое право как отрасль российского права. Предмет и метод трудового права. Принципы трудового права. Источники трудового права. Система трудового права. Трудовые отношения: основания возникновения, стороны, основные права и обязанности сторон. Понятие социального партнерства, стороны и формы социального партнерства. Коллективные договоры и соглашения. Трудовой договор: понятие, стороны, содержание и срок действия, порядок заключения и основания прекращения действия (расторжения).

Рабочее время: понятие и виды. Ночное время. Сверхурочная работа. Ненормированный рабочий день. Работа в выходные и праздничные дни. Время отдыха: понятие и виды. Выходные и праздничные дни. Отпуска, их виды, порядок предоставления. Оплата труда. Дисциплина труда. Материальная ответственность сторон трудового договора. Виды материальной ответственности работника. Охрана труда. Защита трудовых прав работников, разрешение трудовых споров. Ответственность за нарушение трудового законодательства.

Проблема человека в американской философии

Цель освоения дисциплины

Формирование и развитие у студентов философской культуры мышления; осмысленно-мировоззренческого – целостного и рефлектирующего – взгляда на человека и проблемы человеческого бытия.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к вариативной части (дисциплины по выбору) гуманитарного, социального и экономического цикла Б.1. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9).

Краткое содержание

Актуальность философско-антропологической проблематики для современности. Предмет и основные понятия философской антропологии. Концепции человека в отечественной и американской философских традициях: история и современность.

Политология и политическая теория

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов представления об особенностях политической системы общества и современном политическом процессе, изучение политических процессов прошлого и настоящего, прогнозирования различных альтернатив будущего общественно-политического развития, подготовка будущего специалиста с высоким уровнем политической культуры и политического сознания.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к вариативной части (дисциплины по выбору) гуманитарного, социального и экономического цикла Б.1. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);
- осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-8).

Краткое содержание

Политология как наука. Политика как общественное явление. Политическая власть. Политическая система. Политический режим. Демократия. Политические институты. Государство. Группы интересов и политические партии. Политические элиты и политическое лидерство. Политическое сознание и политическая культура. Политическая идеология. Политический процесс. Политическое развитие. Избирательный процесс.

История международных отношений

Цель освоения дисциплины

Изучение эволюции внешнеполитических доктрин основных факторов мировой политики в рамках сменяющих друг друга систем международных отношений. Освоение специфики и основных направлений развития международных отношений. Овладение базовым обществоведческим материалом для более глубокого и предметного уяснения проблем международных отношений XX века и путей их решения. Формирование способности к самостоятельной творческой деятельности. Подготовка студентов к личностной ориентации в современном мире, к свободному выбору своих мировоззренческих позиций и развитию творческих способностей.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к вариативной части (дисциплины по выбору) гуманитарного, социального и экономического цикла Б.1. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9).

Краткое содержание

Предмет «История международных отношений». Сравнительный историографический обзор. Особенности развития системы международных отношений в новейшее время. Первая мировая война. Становление Версальской системы. Международные отношения в межвоенный период. Вторая мировая война. Основные тенденции развития международных отношений в период «холодной войны».

Коррупция: причины, проявление, противодействие

Цель освоения дисциплины

Изучение студентами нормативно-правовой и инструментальной системы противодействия коррупции в России на государственном и общественном уровне.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-8);
- знание своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умение использовать действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии (ОК-17).

Краткое содержание

Проявления коррупции в различных слоях и структурах жизни российского общества. Причины возникновения коррупции. Механизмы возникновения коррупционных связей и системы противодействия коррупции на государственном уровне в России. Механизмы противодействия коррупции на всех уровнях власти.

Права человека

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов целостного представления о концепции прав человека, исторических этапах её формирования, современном состоянии, практике реализации в разных странах.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);
- знание своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умение использовать действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии (ОК-17).

Краткое содержание

Концепция прав человека в эпохе Возрождения и Реформации в Европе. Средневековые хартии о свободах: английская Великая хартия вольностей, «Двенадцать статей» 1525 года, манифест Реформации и Крестьянской войны в Германии. Дж. Смит, Т. Хелвис и Р. Уильямс. Взгляды Дж. Мильтона и Дж. Локка. Декларация о независимости, Конституция США, Билль о правах – юридическое закрепление концепции прав человека. Всеобщая декларация прав человека ООН. Французской «Декларация прав человека и гражданина» 1789 года). Развитие концепции прав человека в XIX веке в различных государствах. Либеральный набор гражданских и политических прав (свобода и равноправие, неприкосновенность личности, право собственности, избирательное право и др.), Концепция прав человека в XX веке. Международная федерация за права человека (FIDH). Вторая мировая война и трагический опыт тоталитарных режимов. Формирование международного права. «Всеобщая декларация прав человека» 1948 года. «Международный пакт о гражданских и политических правах» 1966 г. и «Международный пакт об экономических, социальных и культурных правах». Понятия демократии и правового государства, соотношение прав и свобод человека и государственной власти.

Этико-политические и правовые учения личности

Цель освоения дисциплины

Формирование представления об этических, политических и правовых учениях Древней Греции и Древнего Рима и их авторах на основе компаративного метода.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановкой цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9).

Краткое содержание

Цели и задачи дисциплины. Понятия «этика», «политика», «право» и их греко-латинские этимоны. Сократ, Ксенофонт, Платон, Аристотель, стоики, Цицерон, римские стоики (Сенека, Марк Аврелий) об идеальном гражданине и правителе. Геродот, Фукидид, софисты, Сократ, Ксенофонт, Исократ, Платон, Аристотель, Полибий, Эпикур, Лукреций Кар, Цицерон об идеальном государстве.

Библия как памятник культуры

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов целостного представления о Библии, как источнике знаний о прошлом, содержании и значении основных книг Библии, Анализ содержания Библии как памятника культуры мирового значения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- умение критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК-7);
- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9).

Краткое содержание

Формирование текста Библии, состав и содержание Библии, Ветхий и Новый заветы. История изучения Библии. Научные подходы к изучению Библии. Библия и её интерпретации в литературе, искусстве. Библейская философия и мифология. Библейская этика и антропология. Ветхий Завет: анализ содержания книг пророков. Новый Завет: анализ и интерпретация евангельских текстов. Анализ текстов посланий и деяний апостолов.

История российского кино

Цель освоения дисциплины

Изучение специфики киноискусства и стилистики отечественного кинематографа; освоение характерных черт национальных традиций российского кино; формирование эстетических и духовно-нравственных ценностных ориентаций. Подготовка студентов к личностной ориентации в кинематографическом искусстве XX века, к свободному выбору своих мировоззренческих позиций и развитию творческих способностей, на основании изучения достижений общечеловеческой и российской культуры.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановкой цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- владение одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного (ОК-14).

Краткое содержание

Характерные черты кинематографа как нового жанра искусства XX века. Истоки создания отечественного кинематографа. Дореволюционное «немое кино». Влияние революционных событий 1917 г. на развитие отечественного кинематографа. «Революционные 20-е»: стилевые и жанровые особенности советского кинематографа. Создание ВГИКа. Великие мастера «немого кино»: С. Эйзенштейн, Я. Протазанов, А. Довженко, Э. Тиссе, Г. Козинцев, М. Пудовкин и др. Советское кино как выразитель идеологии тоталитаризма. «Эпоха оттепели»: рождение новых школ и направлений в

отечественном кино. Великие мастера российского кинематографа второй половины XX столетия: С. Бондарчук, В. Шукшин, А. Тарковский, А. Герман, Г. Чухрай и др. Детское российское кино. Документальное российское кино. Отечественный кинематограф на стыке общественно-политической парадигмы: от Перестройки до современности.

Римское право как феномен культуры

Цель освоения дисциплины

Формирование целостного представления о возникновении, развитии и принципах Римского права, юридической терминологии, практике римского правотворчества.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);
- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9).

Краткое содержание

Источники и методы изучения римского права; основные начала римского публичного, уголовного и частного права; судебно-процессуальная культура, связанная с традицией римского права. Практика правотворчества и исполнения судебных обязанностей правителями Рима, примеры правоприменения по публичному, финансовому, налоговому, международному, уголовному, частному, семейному, обязательственному, наследственному праву Древнего Рима.

Религиозные процессы в современной России

Цель освоения дисциплины

Формирование целостного представления о межконфессиональных отношениях и религиозных процессах в современной России; конституционных принципах взаимодействия светского государства с религиозными организациями, моделях государственно-конфессиональных отношений в истории России; авраамических и неавраамических религиях; разнообразии этнических религий на пространствах России и новых религиозных движениях, потенциале толерантности и конфликтности, основанной на религиозных убеждениях представителей разных конфессий нашей страны; волнах секуляризации в России, роли государства и научного сообщества в поддержании стабильности в этноконфессиональной и межконфессиональной сфере.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановкой цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- знание своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умение использовать действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии (ОК-17).

Краткое содержание

Особенности современной религиозной ситуации в России; религия в публично-правовой сфере в России, законодательное обеспечение свободы совести и его реализация; современное православие, старообрядчество; католицизм и протестантизм в России особенности динамики и эволюции; ислам в современной России; российский буддизм; национальное язычество и неоязычество; новые религиозные движения; соотношение этнического и конфессионального в условиях усиления миграционных процессов и глобализации.

Великие музеи мира

Цель освоения дисциплины

Овладение знаниями об истории развития музейного дела, ознакомление с современным набором самых крупных и наиболее интересных музеев мира и формами их работы.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановкой цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);
- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9).

Краткое содержание

Музееведение как научная дисциплина. Теоретические проблемы музееведения. Классификация музеев. Социальные функции музеев. История музейного дела в мире. История музейного дела в России. История музейного дела в Нижегородском регионе. Основные направления деятельности музеев. Хранительско-учетная (фондовая) работа. Научно-исследовательская работа музеев. Экспозиционная работа. Культурно-образовательная и рекреационная работа музеев.

Культура Китая

Цель освоения дисциплины

Формирование научных представлений о культуре Китая в контексте мировой цивилизации и методологии ее изучения.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9).

Краткое содержание

Теоретико-методологические аспекты курса «Культура Китая». Предмет, задачи и особенности курса. Структура курса. Отечественные и зарубежные исследования по

культуре Китая. Европоцентрический, китаецентрический и цивилизационный подходы к Китаю. Определение места китайской цивилизации в мировом историко-культурном процессе. Источники изучения культуры Китая, их характеристика и практическая значимость. Особенности китайской национальной культуры. Общие тенденции и исторические условия формирования традиционной китайской культуры. Периодизация культуры Китая. Историческая динамика населения. Характер китайского этноса. Традиционная китайская литература и современный литературный процесс. Архитектурно-инженерное искусство Китая. Изобразительное и декоративно-прикладное искусство Китая. Музыкальное искусство Китая. Театральное и киноискусство. Образование в Китае. Развитие науки и техники в Китае.

Язык и культура

Цель освоения дисциплины

Формирование социокультурной компетенции на основе изучения взаимосвязи языка и национальной культуры, постижение языка как духовной ценности народа, как составной части жизни общества.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановкой цели и выбору путей ее достижения (ОК-1).

Краткое содержание

Современные подходы к проблеме взаимосвязи языка и культуры. Языковая картина мира как производная национальных менталитетов. Понятие концепта. «Культура как совокупность концептов и отношений между ними» (Ю.С. Степанов). Концептосфера русского языка и культуры: универсальное, национальное, индивидуальное. Методы концептуального анализа (на примере концептов соборность, воля, удаль, душа, авось, любовь, милосердие). Лингвокультурологический анализ художественного текста. Диалог языков и культур. Принципы взаимодействия: интернационализм, толерантность, эмпатия.

Речевая конфликтология

Цель освоения дисциплины

Овладение новыми навыками и знаниями, позволяющими избежать коммуникативных неудач в профессиональном общении; формирование конфликтологической культуры специалиста.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3).

Краткое содержание

Конфликтология как наука. Понятие и структура конфликта. Конфликт как междисциплинарная проблема. Признаки конфликта дискурса. Факторы, обуславливающие речевой конфликт. Нарушение стереотипных смысловых связей. Нетождественность интерпретации того или иного фактора языка. Ориентация/ отсутствие ориентации на собеседника и др. Психологический, социокультурный факторы. Речевая репрезентация

конфликтов. Конфликтогенные свойства языка и речи. Коммуникативные конфликты и их причины. Сущность конфликтогенных свойств личности как неравнозначности сознаний общающихся. Конфликтологическая компетентность обучаемого, обусловленная разными теориями лингвистики, разными подходами ученых к решению лингводидактических проблем. Критерии оценки конфликтологической культуры.

Искусство полемики

Цель освоения дисциплины

Представление теории аргументации как теоретической дисциплины, позволяющей способствовать решению практических задач в профессиональной сфере.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2).

Краткое содержание

Аргументация как способ воздействия на взгляды и поведение человека. Логическая структура аргументации. Аргументация как способ достижения истины. Превращение аргументации из средства познания в способ закрепления заблуждений. Формы аргументации. Полемика: наука и искусство. Стратегии и тактики полемики.

Британский миф о России

Цель освоения дисциплины

Формирование системы представлений о типичных чертах и особенностях мифа о России в британской культуре и литературе; об истории его существования; о принципах, способах и механизмах возникновения и существования мифа об инокультуре в художественной литературе и публицистике какой-либо страны.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9).

Краткое содержание

Имагология как научная дисциплина. История формирования и развития имагологии. Имагология и компаративистика. Имагология и представление о национальном в современной науке. Стереотип, образ, миф в имагологии. Британское и русское: основы национального самосознания (исторический и культурологический аспекты). Зарождение ядра британского мифа о России в средние века (XI-XIII вв.). Бурное развитие мифа в XVI веке: его исторические предпосылки, основные способы существования, базовые тексты и ключевые особенности понимания русской культуры. Развитие мифа в XVII – XVIII вв. Новый этап освоения «русского» в английской культуре XIX века: историко-политические причины и своеобразие воплощения в научно-публицистических, публицистических, карикатурных и художественно-литературных образах. Бифуркация мифа на рубеже XIX – XX веков и ее литературно-культурные и историко-политические причины. Технологии порождения бифуркации. Способы восприятия русского в британской культуре этого

времени. Опорные научно-публицистические, публицистические и художественно-литературные тексты. Большевицкое и советское в диалоге британских интеллектуалов в 20-30-е годы. Вторая мировая война и восприятие русских в Англии. «Холодная война» и рождение новых стереотипов английского сознания в отношении России. Опорные тексты и особенности понимания «советского» в английской литературе XX века (40-80-е годы). Перестройка и новая Россия: столкновение опорных моментов разных слоев мифа в произведениях о России в современной британской литературе. «Русское» как «чужое» и «свое» и как «антимир» в современной литературе и прессе. Базовые литературно-художественные тексты и особенности стереотипного понимания «русского» в современной Англии.

Языковая игра в средствах массовой информации

Цель освоения дисциплины

Формирование представления о языковой игре (ЯИ) как элементе концептосфере современного публицистического дискурса, ознакомление студентов с видами и приемами ЯИ, а также механизмами актуализации культурно значимой информации языковых единиц, формирование навыков выявления причин, условий различных трансформаций.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановкой цели и выбору путей ее достижения (ОК-1).

Краткое содержание

К истории понятия ЯИ. Анализ подходов определения ЯИ в научной литературе. Язык печатных СМИ как «лингвистический портрет» современного общества, отражающий идеологию, систему ценностей современного человека, его общий уровень образования и культуры. ЯИ как элемент концептосферы современного публицистического дискурса. Функции ЯИ в СМИ (воздействующая, эстетическая, мировоззренческая). Виды и приемы ЯИ. Использование в ЯИ средств всех уровней языка: фонетики, графики, лексики, фразеологии, словообразования, морфологии, синтаксиса. Понятие «прецедентности». «Прецедентное имя» в ЯИ в современных СМИ.

Национально-культурная информация языковых единиц

Цель освоения дисциплины

Формирование представления о специфике национально-культурной семантики языковых единиц и ее отражении в языковой картине мира.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановкой цели и выбору путей ее достижения (ОК-1).

Краткое содержание

Понятие культура. Составляющие понятия культура. Язык как форма существования национальной культуры. Языковая модель мира. Культурологическая маркированность лексических единиц (лексем, фразеологизмов). Культурологическая маркированность единиц грамматической системы. Культурологические параметры текста.

Корпусная лингвистика

Цель освоения дисциплины

Изучение одного из современных методов исследования языка. Корпусная лингвистика является разделом прикладной лингвистики, занимающимся разработкой общих принципов построения и использования корпусов языковых единиц при помощи компьютера, реже вручную.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2).

Краткое содержание

Традиционные способы хранения и обработки языковых данных; история корпусной лингвистики; основные понятия корпусной лингвистики; виды корпусов данных; требования к корпусам; опыт разработки корпусов текстов для различных языков: корпусы русского языка, корпусы английского языка, корпусная лингвистика в Германии, корпусная лингвистика во Франции.

Имя собственное в языковой картине мира

Цель освоения дисциплины

Формирование целостного представления об имени собственном как особой функционально-семантической единице языка, речи и культуры народа; об имени собственном как репрезентативной единице культурного и художественного концепта; сформировать представления о теории ономастики, об особенностях современных ономастических исследований, связанных со спецификой имени собственного, ознакомление с возможностями использования полученных знаний в профессиональной практической деятельности.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановкой цели и выбору путей ее достижения (ОК-1).

Краткое содержание

Понятие о языковой картине мира. Понятие об ономастике. Имя собственное как особая единица языка, речи и культуры народа. Соотношение терминов «Имя собственное» и «понятие», «Имя собственное» и нарицательное существительное. Имя собственное и концепт. Разряды имени собственного. Антропонимы, их основные виды. Топонимы. Астронимы. Зоонимы. Этнонимы. Методика изучения Имени собственного в художественной речи.

Культура здоровья человека

Цель освоения дисциплины

Освоение студентами системы теоретических знаний по культуре здоровья человека. Формирование валеологического сознания и физической культуры личности. Формирование способности направленного использования разнообразных средств физической культуры,

спорта и туризма для повышения адаптационных резервов организма сохранения и укрепления здоровья. Психофизическая подготовка и самоподготовка к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- владение средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма, укрепления здоровья, коррекции физического развития (ОК-16).

Краткое содержание

Средства и методы укрепления индивидуального здоровья человека. Укрепление иммунитета и профилактика болезней. Организация правильного питания. Наиболее эффективные методы оздоровления организма. Формирование психических качеств в процессе физического воспитания. Формирование у молодых людей стремления к физическому самосовершенствованию. Основным разделом дисциплины является тема культуры подготовки женщин к предстоящей беременности, обеспечению собственного здоровья и здоровья будущего ребенка.

Социальная психология

Цель освоения дисциплины

Формирование у студента теоретические основы и методологический базис социальной психологии, знаний о феноменах и закономерностях социального поведения личности и различных групп, а также умений использовать полученные психологические знания в практике профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9).

Краткое содержание

Предмет, цель и задачи социальной психологии. Социально-психологические теории личности. Социализация и развитие личности. Установки, ценности, нормы. Социальные стереотипы. Социальные роли. Социально-психологическая характеристика личности.

Общение: виды, структура, функции. Механизмы межличностного восприятия. Коммуникативные способности личности. Большие и малые социальные группы. Групповая деятельность, ее закономерности. Эффективность групповой деятельности. Феноменология принятия группового решения. Коллектив. Социально-психологический климат в группе. Причины возникновения, стадии протекания и методы разрешения конфликтов. Групповые нормы. Групповая совместимость и сплочённость. Особенности взаимодействия личности с группами разного уровня развития. Идентификация личности с группой. Социальный статус и роль личности в группе. Феномены группового давления. Лидерство и руководство в группе. Групповое решение.

Социальная психология организации. Типы структур организации. Функции и показатели эффективности организации. Понятие, уровни и факторы формирования социально-психологического климата в организации.

Литературные традиции Нижегородского края

Цель освоения дисциплины

Создание представления о формировании литературных традиций на территории Нижегородского края в связи с общерусскими литературными и культурными явлениями; о вкладе нижегородцев и нижегородских впечатлений великих русских писателей в становление отечественной литературы.

Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина относится к вариативной части (дисциплина по выбору) гуманитарного, социального и экономического цикла Б.1. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины

- владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановкой цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- владение основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения (ПК-5).

Краткое содержание

Фольклорные традиции нижегородского края. Общерусское летописание и Лаврентьевская летопись. Макарьевский монастырь и книжники XVII столетия. Старообрядческая литература и творчество Аввакума Петрова. Нижегородские книжники XVIII столетия. Нижегородская ярмарка и её отражение в литературе XIX в. Н.А. Добролюбов, В.Г. Короленко, Л.Н. Толстой, А.П. Чехов и нижегородчина. Нижегородский край и творчество М. Горького. Зарубежные писатели в Нижнем Новгороде. Писатели-нижегородцы XX века.

Русский исторический роман

Цель освоения дисциплины

Освещение жанровой и стилиевой эволюции русского исторического романа, его тематического разнообразия, связей проблематики исторического романа со временем его создания.

Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина относится к вариативной части (дисциплина по выбору) гуманитарного, социального и экономического цикла Б.1. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины

- владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановкой цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- владение основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения (ПК-5).

Краткое содержание

Романтизм в поисках национально-исторического своеобразия. Вальтер Скотт – родоначальник европейского исторического романа. Предпосылки возникновения художественно-исторической литературы в России. Пути историографии и художественно-исторической прозы в конце 18 – начале 19 вв. Влияние романов Вальтера Скотта на творчество А. Бестужева. Споры о возможности исторического романа вальтер-скоттовского типа в русской культуре 1820-х гг. М.Н. Загоскин – автор первых в России

исторических романов: «Юрий Милославский, или Русские в 1612 году», «Рославлев, или Русские в 1812 году». Романы Пушкина «Арап Петра Великого», «Рославлев», «Капитанская дочка» Пушкинская модель коллизии «исторического» и «частного». Романы Лажечникова «Последний Новик», «Басурман», «Ледяной дом». Историческое самосознание А.К. Толстого как источник его творчества. Традиция изображения событий 1812 года в русской литературе и роман-эпопея Л.Н. Толстого «Война и мир». Исторический роман эпохи модернизма. «Огненный ангел» Брюсова. Историческая романистика Мережковского. Научная и художественная деятельность Ю.Н. Тынянова. «Исследовательский роман»: «Кюхля», «Смерть Вазир-Мухтара», «Пушкин». Исторический роман эпохи соцреализма. Исторический роман «шестидесятников» (творчество Ю. Давыдова, Ю. Трифонова Б. Окуджавы и др.).

Творчество М.А. Булгакова: философские аспекты

Цель освоения дисциплины

Изучение произведений М.А. Булгакова в аспекте их философского содержания.

Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина относится к вариативной части (дисциплина по выбору) гуманитарного, социального и экономического цикла Б.1. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины

- владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановкой цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- владение основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения (ПК-5).

Краткое содержание

Жизнь и творчество М.А. Булгакова. Раннее творчество М.А. Булгакова: философская проблематика. История воплощения замысла романа М.А. Булгакова «Мастер и Маргарита». Архитектоника романа М.А. Булгакова «Мастер и Маргарита». Система образов романа М.А. Булгакова «Мастер и Маргарита». Социально-философская и религиозно-философская проблематика романа М.А. Булгакова «Мастер и Маргарита». Мотивная структура романа М.А. Булгакова «Мастер и Маргарита»

Психология профессиональной деятельности переводчика

Цель освоения дисциплины

Ознакомление студентов с психологическими и психолингвистическими основами профессиональной деятельности переводчика.

Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина относится к вариативной части (дисциплина по выбору) гуманитарного, социального и экономического цикла Б.1. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины

- осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-8);
- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- способность обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10).

Краткое содержание

Базовые психологические компоненты переводческой деятельности: когнитивный, эмоционально-оценочный, мотивационный, волевой, духовно-нравственный. Профессиональная пригодность переводчика и профессиональные требования. Функции переводческой деятельности. Психолингвистические основы переводческой деятельности. Механизмы речемыслительной деятельности при различных видах перевода. Стратегии тренировки внимания и кратковременной и долговременной памяти. Проблемы переключения языкового кода. Перевод как этнопсихолингвистическое явление. Перевод как когнитивный процесс. Трансформации когнитивных структур в межкультурном общении. Психологическая готовность переводчика к решению конфликтных ситуаций.

Психологические аспекты межкультурной коммуникации

Цель освоения дисциплины

Развитие восприимчивости к иной культуре, совершенствование умений межкультурного устного общения. Формирование правильной интерпретации конкретных проявлений коммуникативного поведения в различных ситуациях межкультурных контактов.

Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина относится к вариативной части (дисциплина по выбору) гуманитарного, социального и экономического цикла Б.1. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины

- владение основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения (ПК-5);
- обладание базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9).

Краткое содержание

Знания приобретаются в ходе интерактивных лекционных занятий, проводимых в форме дискуссии с представителем другой культуры, анализирующих специфику речевого и коммуникативного поведения, влияние культурных ценностей, норм, верований на психологию межкультурного общения. На практических занятиях, моделирующих типичные ситуации межкультурного диалога, раскрываются психологические трудности взаимопонимания (культурный и коммуникативный шок) и способы их преодоления.

Правоведение

Цель освоения дисциплины

Изучение системы знаний о праве, его сущности и роли в регулировании общественных отношений, формирование юридического мышления, общей и правовой культуры, овладение навыками исполнять и соблюдать правовые нормы, применять нормативные правовые акты в профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору и входит в вариативную часть гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);
- умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);

- способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасность и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);

- знание своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умение использовать действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии (ОК-17).

Краткое содержание

Основы теории государства. Основы теории права. Конституционное право. Гражданское право. Семейное право. Трудовое право. Уголовное право. Основы экологического права. Основы информационного права. Защита прав потребителей товара (работы, услуг).

Современные политические коммуникации

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов представления о современном политическом процессе, функциях и структуре политических коммуникаций; роли политической культуры в процессе социализации личности.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к вариативной части (дисциплина по выбору) гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);

- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-9);

- знание своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умение использовать действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии (ОК-17);

- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-1).

Краткое содержание

Политическая коммуникация как социокультурный феномен. Сущность и особенности коммуникативных процессов в политической сфере. Структура и функции политической коммуникации. Институциональные аспекты политической коммуникации. Технологии политической коммуникации. Основные подходы к формированию политического имиджа. Специфика электоральных коммуникаций.

Формирование навыков чтения профессионально ориентированного текста (на ин. яз.)

Цель освоения дисциплины

Формирование устойчивых навыков и умений чтения специализированных текстов на английском языке.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина является дисциплиной по выбору и относится к вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- стремление к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);
- владение одним из иностранных языков на уровне не ниже среднего (ОК-14);
- обладание базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6).

Краткое содержание

Формирование целевых умений чтения профессионально ориентированного текста осуществляется в рамках тематических комплексов (модулей) II семестра: Мой дом (реклама жилых и офисных помещений, мебели, бытовой техники), Времена года, климат России и англоязычных стран (реклама туров, отелей, достопримечательностей).

Речевой этикет профессионального общения на иностранном языке

Цель освоения дисциплины

Изучение языковых различий и особенностей сферы профессионального (делового) общения в устной и письменной коммуникации с учетом стереотипов мышления и поведения носителей языка в сфере бизнеса.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина является дисциплиной по выбору и относится к вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- владение одним из иностранных языков на уровне не ниже среднего (ОК-14);
- обладание базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9).

Краткое содержание

Формированию подлежат следующие умения: стилистически (с точки зрения выбора грамматических структур и лексических единиц) и композиционно правильно оформлять различные виды официального письма и устного высказывания: letter of invitation, letter of acceptance/refusal, postcard, letter of application; introducing yourself and others, talking about what you do, asking about someone's job, telephoning, taking/leaving a message.

Формирование навыков аудирования (на ин. яз.)

Цель освоения дисциплины

Формирование умений слушания с общим охватом содержания и селективного аудирования.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина является дисциплиной по выбору и относится к вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- владение одним из иностранных языков на уровне не ниже среднего (ОК-14).

Краткое содержание

Формирование целевых умений аудирования на иностранном языке осуществляется на основе коротких, аутентичных, четко структурированных монотематических текстов, имеющих художественную или профориентационную ценность.

Формирование навыков письменной коммуникации (на ин. яз.)

Цель освоения дисциплины

Углубленное формирование навыков и умений письменной коммуникации на иностранном языке.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина является дисциплиной по выбору и относится к вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- владение одним из иностранных языков на уровне не ниже среднего (ОК-14).

Краткое содержание

Формирование целевых умений письменной коммуникации на иностранном языке осуществляется в рамках тематических комплексов II семестра. Виды письменных сообщений: письмо частное, сочинение на заданную тему.

Математика и статистика

Цель освоения дисциплины

Изучение основ математики, математической логики, теории вероятностей и математической статистики; методов формулирования и решения рационалистических проблем, относящихся к любому виду человеческой деятельности, формирование математического аппарата, развитие математической культуры.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Данная дисциплина относится к базовой части математического и естественно-научного цикла (Б.2). Трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);
- использование основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применяет методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-10).

Краткое содержание

Элементы аналитической геометрии. Линейная алгебра. Действительные функции и предел. Дифференциальное исчисление. Интегральное исчисление. Ряды. Элементы высшей алгебры. Теория вероятностей. Математическая статистика.

Компьютерные технологии и информатика

Цель освоения дисциплины

Формирование навыков □ в постановке задачи для решения ее с использованием ПК, □ в выборе инструментального средства для ее решения, □ эффективной работы с выбранным инструментальным средством.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Данная дисциплина относится к базовой части математического и естественно-научного цикла (Б.2) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);

- использование основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применение методов математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-10);
- владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);
- способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13).

Краткое содержание

Информатика как наука и учебная дисциплина. Информация и информационные процессы. Представление данных и организация их хранения. Вычислительная техника. Аппаратные и программные средства. Основы работы с прикладными программами общего назначения. Алгоритмизация и программирование. Компьютерные сети. Основы компьютерной безопасности и защиты информации.

Пакеты прикладных программ

Цель освоения дисциплины

Изучение различных видов компьютерной графики, овладение навыками создания, преобразования и редактирования графических изображений, разработка рабочих и презентационных материалов в рамках традиционных и современных средств рекламы.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к вариативной части математического и естественнонаучного цикла Б.2 ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- использование основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применяет методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-10);
- способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);
- владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);
- умение осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-14);
- способность организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-28).

Краткое содержание

Введение в компьютерную графику. Основные приемы работы с растровым редактором Adobe Photoshop. Создание многослойных композиций в Adobe Photoshop. Основные приемы работы с векторным графическим редактором CorelDRAW. Планирование и создание макета с использованием элементов CorelDraw. Верстка макетов документов.

Базы данных и элементы систем управления базами данных

Цель освоения дисциплины

Обучение студентов принципам хранения, обработки и передачи информации в автоматизированных системах, изучение концепции баз данных для создания эффективных систем автоматизированной обработки информации.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части математического и естественнонаучного цикла (Б.2). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);
- владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);
- способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13).

Краткое содержание

Отображение предметной области. Сущности и связи. Способы хранения информации в базах данных. Иерархическая, сетевая, реляционная, бинарная, семантическая модели данных. Классификация СУБД. Информационное, лингвистическое, математическое, аппаратное, организационное, правовое обеспечения СУБД. Языковые средства современных СУБД. Логические операторы. Синтаксис SQL-операторов.

Системы электронного документооборота

Цель освоения дисциплины

Изучение информационных технологий организации электронного документооборота предприятия на высоком профессиональном уровне.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части математического и естественнонаучного цикла (Б.2). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);
- владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);
- способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13).

Краткое содержание

Информационные технологии в документационном обеспечении управления (ДОУ). Работа с различными носителями информации. Основные процессы в традиционном и электронном документообороте. Основные объекты и принципы автоматизации ДОУ.

Введение в программирование на персональном компьютере

Цель освоения дисциплины

Изучение раздела информатики, посвященного основам программирования на персональном компьютере

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части математического и естественнонаучного цикла (Б.2). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);
- владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);
- способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13).

Краткое содержание

Офисное программирование: особенности и задачи. Расширение существующих возможностей электронного офиса на примере пакета MS-Office.

Информационная безопасность

Цель освоения дисциплины

Изучение теоретических, концептуальных, методологических и организационных основ обеспечения безопасности информации, классификации и характеристики составляющих информационной безопасности и защиты информации, установление взаимосвязи и логической организации входящих в них компонентов.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части математического и естественнонаучного цикла (Б.2). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);
- владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);
- способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13).

Краткое содержание

Значение информационной безопасности и ее место в системе национальной безопасности. Сущность, понятие и цели защиты информации. Организационные основы и методологические принципы защиты информации. Критерии, условия и принципы отнесения информации к защищаемой. Состав и классификация носителей защищаемой информации. Классификация конфиденциальной информации по видам тайны и степеням конфиденциальности. Понятие и структура угроз защищаемой информации. Каналы и методы несанкционированного доступа к конфиденциальной информации. Классификация видов, методов средств защиты информации. Назначение и структура систем защиты информации.

Специальное программное обеспечение

Цель освоения дисциплины

Изучение раздела информатики, посвященного специальному программному обеспечению современных ПК.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части математического и естественнонаучного цикла (Б.2). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);
- владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);
- способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13).

Краткое содержание

Элементы современных систем информационного и библиографического обеспечения учебной и профессиональной деятельности будущих бакалавров и другие системы специального назначения.

Экономическая география и регионалистика

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов высокого уровня профессиональной компетентности и знаний об объективно протекающих процессах развития общественного производства, территориальной организации общественного производства, особенностях формирования территориально-экономической структуры хозяйства различных стран и регионов.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части математического и естественнонаучного цикла (Б.2). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических законов в решении своих профессиональных задач, способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-9).

Краткое содержание

Экономическая география России. Взаимодействие общества и природной среды. Экономико-географическое положение страны и его оценка. Территориальная организация общественного производства и понятие «регион». Научные основы и общие условия размещения производительных сил и территориальной организации хозяйства России. Население и трудовые ресурсы России. Закономерности, принципы и факторы размещения производительных сил в РФ. Закономерности, принципы и факторы размещения производительных сил Приволжского региона и Нижегородской области.

Человек и природа

Цель освоения дисциплины

Овладение студентами основами философии, истории и методологии науки, изучение основных этапов развития естественнонаучных знаний.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части математического и естественнонаучного цикла (Б.2). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- стремление к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6).

Краткое содержание

История науки: человек, природа, космос. Антропосоциогенез. Эволюционизм и креационизм. Этапы развития науки. Естественнонаучные революции. Проблема кризиса науки. Философия техники. Глобальные проблемы современности.

Экология

Цель освоения дисциплины

Изучение студентами основных законов и принципов экологии и формирование экологически осознанного отношения к окружающей среде.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части математического и естественнонаучного цикла (Б.2). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-1).

Краткое содержание

Биосфера и человек: структура биосферы, экосистемы, взаимоотношения организма и среды, человек и окружающая среда. Экология и здоровье человека. Глобальные проблемы окружающей среды, экологические принципы рационального использования природных ресурсов и охраны природы. Основы экономики природопользования. Экозащитная техника и технологии. Основы экологического права, профессиональная ответственность. Международное сотрудничество в области охраны окружающей среды.

Основы рекламы и связей с общественностью

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов знаний об особенностях рекламы и связей с общественностью, механизмах и закономерностях их функционирования и развития, а также умений использовать теоретические знания в практике профессиональной деятельности будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части профессионального цикла (Б.3). Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- умение логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);
- осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-8);
- способность под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-3);
- обладание базовыми навыками общения, умение устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);
- способность собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы (ПК-33).

Краткое содержание

Реклама как социокультурный феномен и вид массовой коммуникации. Истоки рекламы, исторические этапы развития рекламы. Реклама в Античном мире. Реклама в

эпоху Средневековья и Нового времени. Предпосылки создания и место связей с общественностью (паблик рилейшнз) в системе интегрированных коммуникаций. Исторические корни связей с общественностью. Классификация услуг в сфере связей с общественностью. Структура модели коммуникационной кампании в связях с общественностью. Становление российского рынка рекламы и связей с общественностью. Нормативные акты и законы, регулирующие деятельность специалистов по рекламе и связям с общественностью. Профессиональная этика специалиста в области рекламы и связей с общественностью. Международные и российские PR-ассоциации и кодексы профессионального поведения в области рекламы и паблик рилейшнз.

Основы теории коммуникации

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов знаний об особенностях коммуникационных процессов, механизмах и закономерностях их функционирования и развития, а также умений использовать теоретические знания в области социальной коммуникации в практике профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части профессионального цикла (Б.3) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- умение логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- способность под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-3);
- владение основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения (ПК-5);
- обладание базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6);
- обладание базовыми навыками общения, умение устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);
- способность участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, нацеленность на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников (ПК-22);
- владение навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-34).

Краткое содержание

Теория социальной коммуникации: предмет исследования, связь со смежными дисциплинами. Коммуникативный процесс и его культурная обусловленность. Теоретические и прикладные модели коммуникации. Социологические доминанты коммуникации. Виды коммуникации. Особенности современного информационно-коммуникативного пространства. Коммуникативная личность. Коммуникации в рекламе и связях с общественностью.

Социология массовых коммуникаций

Цель освоения дисциплины

Овладение студентами теоретическими и практическими знаниями в области социологии массовой коммуникации.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части профессионального цикла (Б.3) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);
- способность под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях (ПК-4);
- способность проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ПК-11);
- способность организовать и провести социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации (ПК-30);
- способность подготовить, организовать и провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения; осуществить обработку и подготовку данных для анализа (ПК-32).

Краткое содержание

Социология массовой коммуникации как область социологического знания. Коммуникативные, технологические и функциональные задачи социологии массовой коммуникации. Информация в жизни биологических сообществ. Развитие коммуникаций в человеческом сообществе. Особенности коммуникаций в социальном организме. Трансляция разрешительно-запретительной матрицы социума. Условия устойчивости в социальном организме. Коммуникация как фактор стабильности и развития в социуме. Этапы развития средств коммуникации. Коммуникативные функции новых социальных институтов. Социальные предпосылки оформления социологии СМК как науки. Научные, прагматические, идеологические факторы развития социологии СМК. Динамика представлений социологов на роль СМК в жизни индивида. СМК и индивид. Характеристики различных способов передачи информации. Оформление массовой коммуникации как социального института. Статистика развития прессы. Пресса и модернизация общества. Теоретическая модель СМК. Функциональный подход к деятельности СМК. Историческая парадигма функций СМК. Деятельность СМК как реализация интересов социальных субъектов. Государство и его взаимоотношения с СМК. СМК как вид бизнеса. Тенденции формирования и функционирования современных средств массовой коммуникации в России. Социологические исследования звеньев коммуникативного процесса. Коммуникатор - социологические параметры изучения. Анализ содержания массовой коммуникации. Социологические исследования аудитории СМК. Техника и технология сбора и обработки информации. Опросы общественного мнения.

Психология массовых коммуникаций

Цель освоения дисциплины

Формирование представления о психологических закономерностях процесса массовой коммуникации, циркулировании информационных потоков в глобализирующемся мире, актуальных вопросах современных исследований в сфере психологии массовых коммуникаций; а также общекультурных и профессиональных компетенций, умений и навыков управления массовыми коммуникациями и регулирования поведения целевых групп.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой (общепрофессиональной) части профессионального цикла (Б.3 ООП). Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью (ОК-8);
- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-1);
- способность осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-14);
- способность к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд (ПК-23).

Краткое содержание

Психология массовой коммуникации в системе социальной психологии. Структура личности как база восприятия информации. Мотивация, установка и стереотип в процессе массовой коммуникации. Психология процесса коммуникации. Виды психологического воздействия в процессе массовой коммуникации. Средства массовой коммуникации в управлении массовыми психологическими процессами коммуникации. Психологические эффекты массовой коммуникации. Методы воздействия рекламы.

Теория и практика массовой информации

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов целостного представления о массово-коммуникативной деятельности как социально-политическом институте, системного понимания основных закономерностей развития процессов, протекающих в современном информационно-коммуникативном пространстве.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части профессионального цикла Б.3 ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- стремление к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6).
- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);
- владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);
- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-1);

- владение знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах (ПК-2);
- способность проводить исследования в области массово-информационной деятельности, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ПК-11).

Краткое содержание

Массовая информация и массовая коммуникация: теоретические аспекты. Законодательство в сфере массово-информационной деятельности. Специфика каналов массовой коммуникации. Система средств массовой информации. Информационный рынок России: современное состояние и специфика развития. Развитие медиатеории в XX веке. Глобализация как фактор трансформации современного информационно-коммуникативного пространства. Тенденции развития массовой коммуникации в современном мире. Медиакультура и медиареальность в эпоху глобализации коммуникаций. Журналистское творчество как профессиональная деятельность. Журналистский текст в системе массовой коммуникации. Методы анализа текстов массовой коммуникации. Техника и технология средств массовой коммуникации.

Теория и практика рекламы и связей с общественностью

Цель освоения дисциплины

Формирование общетеоретических знаний о характере и специфике деятельности рекламы и связей с общественностью как сфер коммуникативного взаимодействия; выработка профессионального взгляда на роль рекламы и связей с общественностью в современном обществе.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части профессионального цикла (Б.3) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-8);
- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-1);
- владение знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации, отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах (ПК-2);
- обладание базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6);
- способность к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд (ПК-23);
- способность реализовывать проекты и владеет методами их реализации (ПК-25);
- способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований (ПК-27).

Краткое содержание

Реклама и связи с общественностью как сферы коммуникационной деятельности. Реклама и связи с общественностью в системе маркетинговых коммуникаций. Стратегическая роль PR в системе управления. Стратегии рекламной деятельности. Профессиональные сферы связей с общественностью. Организационные принципы деятельности рекламы и PR. Планирование и организация PR-кампаний. Планирование и организация рекламных кампаний. Реклама и связи с общественностью как инструменты формирования имиджа. Роль связей с общественностью в формировании и управлении общественным мнением. Бренд-менеджмент в системе деятельности рекламы и связей с общественностью. Медиарилейшнз в системе связей с общественностью. Рекламный текст в системе рекламной деятельности. PR-текст как инструмент связей с общественностью. Новые информационно-коммуникационные технологии в системе PR. Средства и методы организации мероприятий связей с общественностью. Исследования в связях с общественностью и рекламе.

Основы менеджмента

Цель освоения дисциплины

Освоение системных знаний о менеджменте и формирование начальных навыков управления организациями в связях с общественностью и рекламе.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части профессионального цикла (Б.3) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- обладание пониманием основ менеджмента и маркетинга (ПК-16);
- знание истории и основных теорий менеджмента, владение основными управленческими функциями (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация) и методами их реализации; знание основ бизнес-процессов (ПК-17);
- способность оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; способность к выработке нестандартных решений (ПК-18);
- владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-20);
- владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-21).

Краткое содержание

Эволюция менеджмента. Необходимые навыки и новые требования к ним начала XXI века. Построение организации. Типы организационных структур. Общее и особенное в управлении различными типами организаций в современной рыночной экономике. Менеджмент как наука управления организациями. Предмет и методы теории менеджмента. Функции и принципы менеджмента. Коммуникации и принятие решений как связующие звенья функций менеджмента. Принципы менеджмента. Методы менеджмента и стили руководства. Личность, власть и авторитет менеджера. Динамика групп и лидерство. Управленческие решения. Реализация и контроль исполнения решений. Особенности управленческого труда. Условия успешного руководства организацией. Основные управленческие роли. Уровни управления. Управление персоналом предприятия. Связи с общественностью в структуре руководства организацией. Деятельность отделов по связям с общественностью в достижении эффективности власти в организации. Управление конфликтами в организации. Социальная ответственность и проблемы этики в менеджменте. Личностные ценности и их влияние на поведение человека в организации.

Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

Цель освоения дисциплины

Освоение общих понятий, знаний и навыков профессиональной работы в отделах по рекламе и связям с общественностью в коммерческой, некоммерческой и государственной сферах.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части профессионального цикла (Б.3) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- обладание базовыми навыками общения, умение устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);
- владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве (ПК-13);
- 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 за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-19);
- владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-24);
- способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры (ПК-26).

Краткое содержание

Целесообразность создания отделов рекламы и служб по связям с общественностью в структуре различных организаций. Подразделение по связям с общественностью и рекламе в структуре предприятия. Виды и типы структурных подразделений по рекламе и связям с общественностью. Структура отделов рекламы и связям с общественностью. Рекламная служба и PR-отдел в системе корпоративного менеджмента. Материально-техническое и кадровое обеспечение работы отделов по рекламе и связям с общественностью. Виды деятельности отделов. Сегментирование направлений деятельности отдела рекламы и связям с общественностью. Исследовательский сегмент. Творческий сегмент. Аналитический сегмент. Медиа-сегмент. Производственный сегмент. Работа подразделения по связям с общественностью и рекламе в разработке общекорпоративной стратегии. Внутрикorporативные коммуникации и отношения с персоналом. Роль отделов рекламы и связей с общественностью в реализации общекорпоративной стратегии. Планирование работы отдела по связям с общественностью и рекламы. Документооборот отдела рекламы и связей с общественностью. Рекламное и PR-агентство: основы деятельности и менеджмента. Система подбора и найма PR-агентств и консалтинговых фирм для реализации корпоративной стратегии. Оценка эффективности работы отделов рекламы и связям с общественностью.

Основы маркетинга

Цель освоения дисциплины

Формирование системных знаний в области маркетинга и приобретение навыков использования инструментов маркетинга в профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина включена в базовую часть профессионального цикла (Б.3) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- использование основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применение методов математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-10);
- способность реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью в профессиональной деятельности (ПК-12);
- владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, рекламном агентстве (ПК-13);
- умение использовать методику и технику проведения маркетинговых кабинетных и внекабинетных исследований рынка, организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации (ПК-15);
- понимание основ менеджмента и маркетинга (ПК-16).

Краткое содержание

Предмет и основные понятия маркетинга. Система маркетинговых исследований. Сегментация рынка. Товар и товарная политика фирмы. Товародвижение и реализация товара. Система маркетинговых коммуникаций. Управление маркетинговой деятельностью фирмы. Международный маркетинг.

Маркетинговые исследования и ситуационный анализ

Цель освоения дисциплины

Формирование комплекса знаний и представлений о ситуационном анализе в сфере связей общественности и рекламы, а также развитие системы умений и навыков проведения маркетинговых исследований, анализа и практического использования их результатов в практике профессиональной PR-коммуникации и рекламной деятельности.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части профессионального цикла (Б.3) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- использование основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применение методов математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-10);
- владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);
- способность проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ПК-11);
- умение использовать методику и технику проведения маркетинговых кабинетных и внекабинетных исследований рынка, организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации (ПК-15);
- обладание компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению ее конкурентной позиции (ПК-29);

- способность организовать и провести рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке; осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных (ПК-31);
- способность подготовить, организовать и провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения; осуществить обработку и подготовку данных для анализа (ПК-32).

Краткое содержание

Маркетинговая информация в историческом контексте. Понятие, предмет, метод маркетингового исследования. Универсальные требования к маркетинговому исследованию и субъекты его проведения. Виды и область приложения маркетинговых исследований. Планирование и организация маркетингового исследования. Информационные основы маркетингового исследования. Источники маркетинговой информации. Вторичные данные в системе маркетинговой информации. Первичные носители информации в маркетинговом исследовании. Наблюдение как метод сбора первичных данных. Эксперимент в маркетинговом исследовании. Опрос как метод маркетингового исследования. Анкетирование и интервьюирование. Выборка в маркетинговом исследовании. Панельный метод. Практика использования фокус-групп в маркетинговых исследованиях. Моделирование в маркетинге. Ситуационный маркетинговый анализ: принципы и методы. Стратегический анализ и стратегическая ситуация рынка. Прогнозирование в маркетинговом анализе. Перспективный анализ динамики и устойчивости рынка. Исследования реакций рынка на ситуационные рыночные изменения. Изучение конкуренции и конкурентной борьбы. Бенчмаркетинг. Потребительское поведение: анализ и воздействие. Исследование потребительских мотивов. Маркетинговые исследования в области цен и ценообразования.

Безопасность жизнедеятельности

Цель освоения дисциплины

Формирование профессиональной культуры безопасности, под которой понимается готовность и способность личности использовать в профессиональной деятельности приобретенную совокупность знаний, умений и компетенций для обеспечения безопасности в сфере профессиональной деятельности, характера мышления и ценностных ориентаций, при которых вопросы безопасности рассматриваются в качестве приоритета.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части профессионального цикла (Б.3) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готовность нести за них ответственность (ОК-4);
- владение новыми методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий, аварий, катастроф и стихийных бедствий (ОК-15).

Краткое содержание

Современное состояние и негативные факторы среды обитания. Принципы обеспечения безопасности и рациональных условий деятельности. Последствия воздействия на человека опасных, вредных и поражающих факторов, принципы их идентификации. Средства и методы повышения безопасности, экологичности и устойчивости жизнедеятельности в техносфере. Мероприятия по защите населения и персонала объектов экономики в чрезвычайных ситуациях, в том числе, в условиях ликвидации последствий аварий, катастроф и стихийных бедствий, а также в условиях ведения военных действий. Правовые, нормативные, организационные, экономические и управленческие основы безопасности жизнедеятельности.

Современная пресс-служба

Цель освоения дисциплины

Овладение студентами теоретическими и практическими знаниями о деятельности структурных подразделений (пресс-служба), функционально отвечающих за осуществления медиарилейшнз в организации.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к вариативной части профессионального цикла (Б.3) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- владение знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах (ПК-2);
- обладание базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6).

Краткое содержание

Информационная политика органов государственной власти. Государственная служба как открытая система. Основные направления в работе российских государственных пресс-служб. Содержательные, организационные и процессуальные аспекты взаимодействия государственной службы со СМИ. Структура и принципы организации современной пресс-службы. Формы и методы работы современной пресс-службы со СМИ, общественностью и политическими организациями. Контент-анализ и экспресс-анализ СМИ. Пресс-служба администрации Президента России. Основные направления работы ДИП МИД РФ. Роль и место Российского информационного центра в системе общественных связей. Формы и методы координации деятельности российских государственных пресс-служб. Роль Союза журналистов России. Основные функции и методы работы, пресс-служб администраций Нижнего Новгорода и Нижегородской области.

Основы медиапланирования

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов системного понимания медиапланирования как исторически развивающегося процесса в системе рекламной деятельности, представления о медиапланировании как инструменте эффективного управления рекламной кампанией предприятия в современных условиях.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к вариативной части профессионального цикла Б.3 ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- обладание базовыми навыками медиапланирования (ПК-8);
- способность проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ПК-11);
- умение осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-14).

Краткое содержание

Медиапланирование в системе рекламной деятельности. Каналы массовой коммуникации и их роль в медиапланировании. Новые медиа как каналы дистрибуции. Методы исследования средств массовой коммуникации. Методы исследования аудитории. Маркетинговый анализ в системе медиапланирования. Стратегия и тактика медиапланирования. Процесс медиапланирования. Разработка медиаплана.

Основы антикризисного менеджмента

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов целостной системы представлений об антикризисных PR- и рекламных программах, субъектах антикризисной деятельности и их функциях, базовых процессах и технологиях, обучение основным навыкам планирования, оценки, формам и методам взаимодействия с целевыми аудиториями и медиаторами коммуникаций.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к вариативной части профессионального цикла (Б.3) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- владение новыми методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-15);
- способность оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; способен к выработке нестандартных решений (ПК-18).

Краткое содержание

Методологические основы антикризисного менеджмента. Государственное регулирование кризисных ситуаций. Кризисы в системе государственного управления. Риски в антикризисном управлении. Диагностика и типология кризисов. PR и реклама в антикризисном менеджменте. Основные функции, стратегии деятельности PR и рекламных служб в различных фазах кризиса. Содержание деятельности PR и рекламных служб в различных фазах кризиса. Технологии и инструменты антикризисных коммуникаций.

Этика и психология делового общения

Цель освоения дисциплины

Формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью, что предполагает изучение теоретических основ и формирование практических навыков делового общения как необходимого условия эффективности профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к вариативной части профессионального цикла (Б.3) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- умение критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК-7);
- владение основами речи, знание ее видов, правил речевого этикета и ведения диалога, законов композиции и стиля, приемов убеждения (ПК-5).
- обладание базовыми навыками общения, умение устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9).

Краткое содержание

Деловое общение и его формы. Речевая культура делового общения. Невербальные средства делового общения. Психология делового общения. Формы делового общения. Переговоры как форма делового общения. Основы деловой этики. Деловой этикет. Национально-культурные особенности делового общения.

История и актуальные проблемы журналистики

Цель освоения дисциплины

Изучение истории становления и развития журналистики как исторически развивающегося феномена, особенностей развития журналистики в разных странах мира.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к вариативной части профессионального цикла (Б.3) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановкой цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- умение критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК-7);
- способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры (ПК-26).

Краткое содержание

Возникновение и развитие журналистики в России в XVIII – первой половине XIX вв. Русская журналистика второй половины XIX - начала XX вв. Типология русской прессы начала XX века. Российская пресса в периоды социальных революций. Особенности развития в России газетно-журнальной периодики в 20-30-е годы XX века. Печать в годы Великой Отечественной войны (1941-1945 гг.). Развитие советской журналистики в 50-90-е гг. XX века. Формирование новой системы печати постсоветской России. Зарождение европейской журналистики. Рождение периодической печати в Европе: западноевропейская печать XVII столетия. Специфика и основные тенденции развития журналистики XVIII столетия. Журналистика в XIX – начале XX столетия: век газеты. История западноевропейской журналистики XX столетия. История журналистики Азии, Африки Австралии и Океании. Актуальные вопросы журналистики.

Основы коммуникационного и культурного менеджмента

Цель освоения дисциплины

Овладение студентами знаниями о задачах, средствах, формах и технологиях управления корпоративными коммуникациями, о методах разработки и реализации коммуникативной политики организации.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к вариативной части профессионального цикла (Б.3) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции).

- способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в

этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);

- владение новыми методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-15);

- умение осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-14);

- способность участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, нацеленность на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации, общего культурного и профессионального уровня сотрудников (ПК-22);

- способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры (ПК-26).

Краткое содержание

Концептуальные основы коммуникационного и культурного менеджмента. Основы планирования в коммуникационном и культурном менеджменте. Методы исследования в коммуникационном и культурном менеджменте. Коммуникационный и культурный менеджмент в коммерческом секторе. Коммуникационные аспекты управления персоналом в организации. Коммуникационный и культурный менеджмент в кризисных ситуациях. Особенности коммуникационного и культурного менеджмента в мультикультурной среде.

Иностранный язык в профессиональной сфере

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов 3-4 курсов навыков межкультурной коммуникации в ее языковой, предметной и деятельностной формах, принимая во внимание стереотипы мышления и социальное поведение носителей языка, необходимых для решения профессиональных задач в области государственного и муниципального управления в рамках межкультурного общения и выведение их на международный уровень B2-C1.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к вариативной части профессионального цикла (Б.3) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 13 зачетных единиц.

Требования к результатам освоения дисциплины

- умение логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);

- владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);

способствующих во взаимодействии с другими дисциплинами формированию профессиональных навыков и умений студентов:

- обладание базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6);

- способность обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);

- обладание пониманием основ менеджмента и маркетинга (ПК-16);

- способность организовать и провести социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации (ПК-30).

Краткое содержание

Реклама, PR и проблемы города; реклама, PR и искусство; занятость специалистов по PR в области театра, кино, музыки и живописи; современная глобализация, содержание и формы СГ; реклама, PR и проблемы современного общества; народ и правительство. Основными видами речевой деятельности в рамках дисциплины являются реферирование с элементами комментирования англо- и русскоязычных научно-публицистических текстов, проблемная дискуссия, сообщение по теме (в форме презентаций), решение проблемных задач, написание эссе, пресс-релизов.

Брендинг

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов представления о брендинге как системной деятельности в области маркетинговых коммуникаций и раскрытие роли брендинга в экономических и социокультурных процессах современного мира.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к вариативной части профессионального цикла (Б.3) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- умение логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- стремление к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);
- владение знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах (ПК-2);
- обладание базовыми навыками бренд-менеджмента (ПК-7).

Краткое содержание

Брендинг в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций. Типология и классификация брендов. Основные этапы планирования и построения бренда. Идентификационный комплекс в системе брендинга. Понятие торговой марки и фирменного стиля. Система управления брендом. Бренд-менеджмент. Комплекс рекламы в управлении брендом. Франчайзинг, лизинг, спонсоринг как средства расширения влияния бренда. Анализ эффективности бренда и брендинговой кампании. Современные информационно-коммуникационные технологии продвижения бренда в условиях глобализации.

Работа с текстами по связям с общественностью и рекламе

Цель освоения дисциплины

Формирование целостного комплекса представлений о характере текстовой деятельности рекламы и связей с общественностью в политике, формирование навыков создания рекламных и PR-текстов.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к вариативной части профессионального цикла (Б.3) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- умение логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- осознание сущности и значения информации в развитии современного общества; владение основными методами и средствами получения, хранения, переработки информации; навыками работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-8);
- способность под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-3);

- обладание базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6);
- обладание базовыми навыками общения, умение устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);
- способность к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд (ПК-23).

Краткое содержание

Цели и задачи политических рекламных обращений. Рекламная идея как основа рекламного обращения. Понятие «рекламной идеи». Понятие рекламного образа. Приемы и креативные техники политической рекламы как основы для формирования рекламной идеи. Основные виды печатной и аудиовизуальной рекламы. Изобразительно-выразительные и речевые средства в политической рекламе. Текстовая PR-деятельность как канал эффективного взаимодействия с общественными группами в политическом процессе. Коммуникативная установка как основа политического PR-текста. Основные характеристики политического PR-текста. PR-текст как функциональный текст в политической кампании.

Информационный менеджмент

Цель освоения дисциплины

Изучение основ информационного менеджмента, стратегического планирования развития информационных технологий и информационных систем на объекте управления; определение места ИТ-составляющей в управлении организацией.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к вариативной части профессионального цикла (Б.3) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);
- владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);
- умение осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-14);
- способность собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы (ПК-33);
- владение навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов (ПК-35).

Краткое содержание

Теоретические основы информационного менеджмента деятельности предприятия. Информационный менеджмент в структуре управленческой деятельности предприятия. Информационная инфраструктура организации. Формирование информационного потока организации. Изучение информационных потребностей специалистов организации. Информационные системы (ИС) и информационные технологии (ИТ) в системе обеспечения информационных потребностей специалистов предприятия.

Реклама и связи с общественностью в политике

Цель освоения дисциплины

Выработка целостного представления о месте и роли рекламы и связей с общественностью в современном политическом пространстве; формирование представления о закономерностях функционирования политической системы России, специфике коммуникативных стратегий, применяемых в политических кампаниях.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к вариативной части профессионального цикла (Б.3) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- готовность к использованию основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении профессиональных задач, способностью анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-1);
- способность проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ПК-11);
- способность к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд (ПК-23);
- способность реализовать проекты и владение методами их реализации (ПК-25).

Краткое содержание

Политическая реклама: исторические и теоретико-методологические аспекты. Становление и развитие связей с общественностью в политике. Реклама и связи с общественностью в современном политическом пространстве. Реклама и связи с общественностью в избирательном процессе. Политическая рекламная кампания. Политическая PR-кампания. Технологии политической избирательной кампании. Медиастратегии в политической кампании. Технологии контроля и управления политическими конфликтами. Имиджевые стратегии в избирательных кампаниях.

Технологии производства политического рекламного продукта

Цель освоения дисциплины

Формирование комплекса общетеоретических знаний и навыков, необходимых для понимания характера и специфики деятельности по разработке политического рекламного продукта и технологий, применяемых в процессе его производства; выработка профессионального понимания роли данного процесса в организации рекламной деятельности в сфере политики.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к вариативной части профессионального цикла (Б.3) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества (ОК-11);
- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-1);
-

- обладание базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6);
- способность к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд (ПК-23);
- способность организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-28).

Краткое содержание

Рекламный продукт как объект производства. Политическая рекламная кампания как разновидность рекламного продукта. Рекламные технологии в системе производства политического рекламного продукта. Художественный и компьютерный дизайн в производстве политического рекламного продукта. Технология производства фоторекламы политического продукта. Технология производства печатной политической рекламы. Технология производства радиорекламы в политическом секторе. Технология производства политической телевизионной рекламы. Технологии производства политической интернет-рекламы.

Немедийные коммуникации

Цель освоения дисциплины

Формирование системного понимания особенностей современных немедийных коммуникаций.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к вариативной части (дисциплина по выбору) профессионального цикла (Б.3) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- способность под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-3);
- способность реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-12).

Краткое содержание

Теоретические аспекты BTL-коммуникаций. BTL с точки зрения маркетинговых коммуникаций. Предпосылки форматирования новых персонифицированных/адресных массовых каналов рекламных коммуникаций. ATL и BTL в комплексе маркетинговых коммуникаций. Специфика BTL-коммуникаций. Зона влияния BTL-коммуникаций. Классификация BTL-коммуникаций. Guerrilla Marketing (партизанский маркетинг). Вирусный маркетинг. Эпатажный маркетинг. Product Placement. Life Placement. Ambient Marketing. Word-of-mouth advertising Стимулирование сбыта. Потребительские и торговые промомероприятия. Программы стимулирования on- и off-line потребителей. Цели и задачи ивент-коммуникаций. Свойства, цели и методы ROAD SHOW. Планирование и реализация BTL-проектов. Этапы планирования акций по стимулированию сбыта. Влияние жизненного цикла продукта/услуги на выбор механики промособытия. Специфика деятельности BTL-агентств. Рынок BTL-услуг в России и перспективы его развития. Институциональные характеристики рынка BTL-коммуникаций. Тенденции развития рынка BTL-услуг. Ведущие зарубежные и отечественные BTL-агентства.

Деловая документация в связях с общественностью и рекламе

Цель освоения дисциплины

Формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления деятельности в связях с общественностью и рекламе, что предполагает изучение теоретических знаний и формирование практических навыков, освоение основных технологий документооборота как необходимого условия эффективности профессиональной деятельности в сфере в связях с общественностью и рекламе.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части профессионального цикла (Б.3) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины

- умение логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- обладание базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6);
- владение навыками подготовки проектной документации (техничко-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-24);
- способность организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-28).

Краткое содержание

Специфика документирования деятельности организаций в сфере связей с общественностью и рекламы. Базовые документы в связях с общественностью. Оперативные рабочие информационные документы в связях с общественностью. Имиджевые корпоративные документы. Служебные PR-документы. Подготовка речи для руководителя. Документирование рекламной деятельности. Деловая документация как элемент маркетинга и рекламы. Использование автоматизированных систем документооборота в деятельности организаций по связям с общественностью и рекламы.

Брендинг территории

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов представления о брендинге территории как современной концепции территориального управления, направленной на выработку конкурентных преимуществ местности (сообществ государств, стран, регионов, городов).

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к вариативной части (дисциплина по выбору) профессионального цикла (Б.3) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- обладание базовыми навыками бренд-менеджмента (ПК-7).

Краткое содержание

Исторические формы продвижения территорий. Продвижение города через создание религиозного центра. Религиозный генезис городов через бренды университетов. Светская специализация городов. Формирование основ маркетингового позиционирования городов в XVI-XVIII вв. Брендинг территорий в бывшем СССР. Современные тенденции российского территориального брендинга. Брендинг как технология конструирования и позиционирования образа региона в восприятии целевых аудиторий. Стратегические компоненты имиджа страны. Имя страны. Государственные символы. Девиз страны. Философия и миссия страны. Содержательный и коммуникативный аспекты стратегии. Географический имидж государства. Имидж, бренд и репутация города/региона.

Кластерный анализ территории. Рекламирование брендов туризма и отдыха. Специфика брендов в туристической индустрии. Понимание сущности брендов туризма и отдыха. Построение брендов. Региональные особенности продвижения территорий. Особенности Нижегородского брендинга. Многобрендовые города Нижегородской области. Репутационный капитал Администрации области. Инвестиционная привлекательность Нижегородского региона.

Регионоведение

Цель освоения дисциплины

Изучение региона как самостоятельной пространственно-географической, административно-территориальной, институционально-политической, демографической, этнической, историко-культурной величины, а также изучение основных процессов регионализации в мире и России.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина относится к вариативной части (дисциплина по выбору) общепрофессионального цикла (Б.3) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-1).

Краткое содержание

Регионоведение как научная дисциплина. Процессы регионализации в мире и России. Культурологическое исследование региона. Регион как предмет социологического исследования. Региональные политические процессы. Экономическая структура и потенциал региона.

Этнология

Цель освоения дисциплины

Формирование целостного представления об этнокультурной картине мира, этногенезе, культурных различиях и социокультурных отношениях; развитие у обучающихся толерантных профессиональных морально-поведенческих доминант.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина относится к вариативной части (дисциплина по выбору) профессионального цикла (Б.3) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановкой цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- способность участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, нацеленность на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации, общего культурного и профессионального уровня сотрудников (ПК-22).

Краткое содержание

Этнология: предмет, объект метод. Эволюция этнологической науки. Культура и этнос в контексте этнологии. Концепции этногенеза. Интегральные критерии классификаций форм межкультурного контакта. Социокультурная интеграция. Межкультурная коммуникация. Природа этнических конфликтов. Межкультурные коммуникации во внутрикорпоративной среде. Основные пути организации коммуникативно-интеграционного процесса. Инструментальные и ценностные факторы социокультурного развития и динамики межэтнического контакта. Этническая идентичность. Этническая культура. Этнические процессы XX и XXI веков. Язык в системе межкультурных коммуникаций. Классификация народов мира. Народы Зарубежной Европы. Народы России. Народы Азии. Народы Африки. Народы Америки. Историко-этнографическая область Австралии и Океании.

Работа в многонациональных коллективах

Цель освоения дисциплины

Изучение студентами основных принципов работы в многонациональном коллективе и формирование культуры межнациональных коммуникаций в сфере профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина относится к вариативной части (дисциплина по выбору) профессионального цикла (Б.3) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);
- способность участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, нацеленность на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников (ПК-22).

Краткое содержание

Многонациональные коллективы: понятие и особенности. Виды многонациональных коллективов и влияние демократических и глобализационных процессов на их развитие. Современные профессиональные многонациональные коллективы: специфика профессиональной деятельности и методы управления. Роль информационных технологий в создании и работе профессиональных многонациональных коллективов. Межнациональные коммуникации в профессиональной сфере в условиях современного научно-технического прогресса и инновационной экономики. Система профессиональных коммуникаций и роль национального фактора. Профессиональные качества личности в многонациональном коллективе. Особенности профессиональной этики в многонациональном коллективе. Специфика деятельности специалистов по связям с общественностью в многонациональном коллективе.

Выставка как инструмент рекламы и связей с общественностью

Цель освоения дисциплины

Формирование теоретических знаний по основам выставочной деятельности и практических навыков применения выставочных инструментов.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина включена в вариативную часть (дисциплина по выбору) профессионального цикла (Б.3) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- стремление к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);
- владение знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах (ПК-2).

Краткое содержание

Предмет и основные понятия выставочного дела. История выставок и выставочного дела. Подготовка и проведения выставочных мероприятий. Требования к выставочному менеджеру. Выставка как один из элементов рекламной деятельности. Управление выставочной деятельностью фирмы.

Правовое регулирование рекламной деятельности

Цель освоения дисциплины

Формирование системы знаний в области правового регулирования рекламной деятельности, навыков и умений применять нормативные правовые акты в своей профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору и входит в вариативную часть профессионального цикла (Б.3) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановки цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);
- способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасность и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);
- знание своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умение использовать действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии (ОК-17).

Краткое содержание

Понятие рекламного права. Понятие и виды рекламной информации. Правоотношения в сфере рекламной деятельности. Правовое регулирование рекламы в СМИ. Правовое регулирование наружной рекламы и рекламы на транспортных средствах. Особенности правового регулирования рекламы отдельных видов товаров и услуг. Государственное регулирование и контроль в сфере рекламной деятельности. Саморегулирование в сфере рекламной деятельности. Правовая охрана средств индивидуализации товаров, работ и услуг участников экономических отношений. Юридическая ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе. Споры в сфере рекламы. Правовое регулирование рекламной деятельности в международном праве.

Консалтинг в коммерческой сфере

Цели освоения дисциплины

Формирование общетеоретических представлений о характере и специфике консалтинга в коммерческой сфере, раскрытие методологических основ консалтинговой рекламной и PR-деятельности, определение места консалтинга как сферы коммуникативной активности в экономических процессах современного мира.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к вариативной части (дисциплина по выбору) профессионального цикла (Б.3) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- способность под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-3);
- способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований (ПК-27);
- способность собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы (ПК-33);
- владение навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов (ПК-35).

Краткое содержание

История и методологические основы консалтинга. Модели коммерческого консалтинга. Методика диагностики и мониторинга социально-экономических процессов в консалтинге. Роль стратегического управления в консалтинге. Планирование и организация рекламных PR-кампаний в консалтинговой деятельности. Технологии создания имиджа коммерческой организации. Приемы и методы убеждающего психологического воздействия и влияния в процессе консалтинга.

Политический консалтинг

Цель освоения дисциплины

Формирование общетеоретических представлений о характере и специфике политического консалтинга в системе деятельности связей с общественностью, знакомство с методологическими основами консалтинговой PR-деятельности в политических процессах современного мира.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к вариативной части (дисциплина по выбору) профессионального цикла (Б.3). Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- способность под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-3);
- способность реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-12);
- умение осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-14);
- способность реализовать проекты и владеет методами их реализации (ПК-25);
- способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований (ПК-27).

Краткое содержание

История и методологические основы политического консалтинга. Модели политического консалтинга. Методика диагностики и мониторинга социально-политических процессов в консалтинге. Консалтинг в структуре политического менеджмента. Технологии создания имиджа публичного политика, политической организации. Приемы и методы убеждающего психологического воздействия и влияния в процессе политического общения. Консультирование избирательных кампаний. Методы формирования электорального поведения.

Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях

Цель освоения дисциплины

Формирование у студента знаний о специфике рекламы и связей с общественностью в некоммерческих организациях, механизмах и закономерностях функционирования и развития рекламы и связей с общественностью в некоммерческих организациях, а также умений использовать теоретические знания в практике профессиональной деятельности специалистов по рекламе и связям с общественностью.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к вариативной части (дисциплина по выбору) профессионального цикла (Б.3) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);
- 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 за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-19);
- владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-21);
- способность участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, нацеленность на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников (ПК-22).

Краткое содержание

Паблик рилейшнз в некоммерческих организациях – история, основные цели и задачи в современных условиях. Организационные основы паблик рилейшнз в некоммерческих организациях. Технологии PR-деятельности в некоммерческом секторе: общая характеристика средств PR, виды информационных материалов, правила подготовки специальных событий. Средства массовой информации и организация связей с ними в некоммерческих организациях. Реклама в некоммерческой сфере и ее роль в системе массовых коммуникаций. Организация и управление рекламной деятельностью в некоммерческих организациях. Инструментарий рекламного воздействия в некоммерческом секторе. Социальная реклама. Психология рекламы в некоммерческом секторе. Правовое и этическое регулирование рекламной деятельности в СМИ.

Социальный маркетинг

Цель освоения дисциплины

Изучение концептуальных основ и технологий маркетинговой деятельности в социальной сфере, принципов социальной ответственности и компетентности, методов социального партнерства.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина включена в вариативную часть (дисциплина по выбору) профессионального цикла (Б.3) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- способность реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью в профессиональной деятельности (ПК-12);

- владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, рекламном агентстве (ПК-13);
- умение использовать методику и технику проведения маркетинговых кабинетных и внекабинетных исследований рынка, организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации (ПК-15);
- понимание основ менеджмента и маркетинга (ПК-16).

Краткое содержание

Методы исследования социальной сферы. Планирование маркетинга в социальной сфере. Разработка комплекса социального маркетинга. Социальные инновации. Сегментирование и позиционирование в социальном маркетинге. Социальная компетентность и ответственность. Социальная сфера как объект маркетинга и деловой партнер бизнеса. Характеристика рынков и маркетинга в социальной сфере. Стратегии и концепции социального маркетинга. Некоммерческий маркетинг. Управление маркетингом в социальной сфере. Особенности социальной политики российского государства.

Основы деловой корреспонденции (на ин. яз.)

Цель освоения дисциплины

Обучение студентов письменному общению на английском языке в различных сферах и ситуациях, с учетом адресата и взаимодействия партнеров, на основе планируемого коммуникативного намерения, с учетом перспектив использования иностранного языка в профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к вариативной части (дисциплина по выбору) профессионального цикла (Б.3) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- умение логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- владение одним из иностранных языков на уровне не ниже среднего (ОК-14);
- владение базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6).

Краткое содержание

Неформальное письмо. Письмо другу. Письмо-приглашение. Клише частной и деловой переписки. Аббревиатуры в деловой переписке. Правила составления планов-конспектов. Структура делового письма. Сопроводительное письмо. Резюме. Письмо-запрос и ответ на него. Письмо-жалоба и ответ на него. Благодарственное письмо.

Развитие навыков устного делового общения (на ин. яз.)

Цель освоения дисциплины

Формирование навыков и умений устной речи в ситуациях делового общения с учетом перспектив использования иностранного языка в профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к вариативной части (дисциплина по выбору) профессионального цикла (Б.3) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- умение логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- владение одним из иностранных языков на уровне не ниже среднего (ОК-14);
- владение основами речи, знание ее видов, правил речевого этикета и ведения диалога, законов композиции и стиля, приемов убеждения (ПК-5).

Краткое содержание

Призвание и выбор профессии. Личные и профессиональные качества. Условия работы. Карьера. Проблемы поиска работы.

Лексические и грамматические особенности языка рекламы (на ин. яз.)

Цель освоения дисциплины

Углубленное изучение особенностей употребления лексических и грамматических форм в языке рекламных объявлений, а также формирование навыков составления рекламных материалов на английском языке.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина включена в вариативную часть (дисциплина по выбору) профессионального цикла (Б.3) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- умение логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- владение одним из иностранных языков на уровне не ниже среднего (ОК-14);
- владение базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6).

Краткое содержание

Изучение языка рекламы включает рассмотрение лексических и грамматических особенностей рекламных объявлений в СМИ.

Совершенствование навыков орфографии (на ин. яз.)

Цель освоения дисциплины

Углубленное изучение правил орфографии английского языка, а также формирование навыков правописания английских слов.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина включена в вариативную часть (дисциплина по выбору) профессионального цикла (Б.3) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- владение одним из иностранных языков на уровне не ниже среднего (ОК-14);
- владение базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6).

Краткое содержание

Орфографические правила написания форм словоизменения. Орфографические правила написания форм словообразования.

Деловые переговоры (на ин. яз.)

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов 3 курса иноязычной коммуникативной компетенции (ИКК), формирование навыков общения в сфере бизнеса с учетом стереотипов мышления и поведения носителей языка. Составляющими ИКК являются общая, лингвистическая, прагматическая и межкультурная компетенции.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина относится к вариативной части (дисциплина по выбору) профессионального цикла (Б.3) ООП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины

- умение логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);
- способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13);
- способность обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);
- способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры (ПК-26).

Краткое содержание

Письма, факсы и служебные записки; телефонный разговор; импорт и экспорт; встречи; новая работа; работа с людьми; доклады и аннотации; стратегия и тактика ведения деловых переговоров; основные принципы деловой культуры Великобритании и США; виды текстов переговорного процесса; социокультурный ареал общения на английском языке.

Иностранный язык в сфере бизнеса

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов 3 курса иноязычной коммуникативной компетенции (ИКК), формирование навыков общения в сфере бизнеса с учетом стереотипов мышления и поведения носителей языка. Составляющими ИКК являются общая, лингвистическая, прагматическая и межкультурная компетенции.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриат

Дисциплина относится к вариативной части (дисциплина по выбору) профессионального цикла (Б.3). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины

- умение логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);
- способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13);
- способность обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);
- способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры (ПК-26).

Краткое содержание

Корпоративная культура. Работа с клиентом. Клиентская поддержка. Сделки. Переговоры. Слияние и приобретение компаний. Реклама. Искусство маркетинга и продаж. Продукция и упаковка. Международная торговля.

Физическая культура

Цель освоения дисциплины

Освоение студентами системы теоретических и практических знаний, умений и компетенций в области физической культуры, формирование валеологического сознания и физической культуры личности, формирование способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

В учебном плане дисциплина представлена в разделе Б.4. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, что равно 400 часам и включает все виды занятий и аттестации.

Для изучения дисциплины необходимы знания и умения, полученные студентами в среднем общеобразовательном учебном заведении.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

- владение средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма, укрепления здоровья, коррекции физического развития (ОК-16).

Краткое содержание

Теоретический курс позволяет изучить основы здорового образа жизни (оптимизация двигательного режима, организация правильного питания, профилактика нарушений опорно-двигательного аппарата и различных заболеваний). Курс знакомит со средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности.

Практический курс предусматривает обучение двигательным действиям и развитие физических способностей посредством беговых, игровых и силовых видов спорта, предусмотренных программой. Развитие физических качеств. Формирование психических качеств в процессе физического воспитания.

4.4. Аннотация программы практики студентов

(см. Приложение, с. 81)

5. Фактическое ресурсное обеспечение ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600.62) – Реклама и связи с общественностью

Фактическое ресурсное обеспечение данной ООП формируется на основе требований к условиям реализации основных образовательных программ бакалавриата, определяемых ФГОС ВПО по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Реализация ООП по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» обеспечивается квалифицированными научно-педагогическими кадрами, имеющими базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины.

В соответствии с профилем данной основной образовательной программы выпускающей кафедрой являются кафедра философии, социологии и теории социальной коммуникации.

Доля преподавателей с учеными степенями и званиями на кафедре составляет 100%. Из них: докторов наук, профессоров – 33 % ; кандидатов наук, доцентов – 67 %.

Освоение данной ООП полностью обеспечено учебниками и учебными пособиями по дисциплинам (модулям дисциплин) всех учебных циклов и практик. В соответствии с требованиями ФГОС для освоения ООП библиотечные фонды НГЛУ укомплектованы печатными и электронными изданиями основной учебной, учебно-методической литературы на русском и иностранных языках по дисциплинам базовой части всех циклов, изданными за последние 10 лет (для дисциплин гуманитарного, социального и экономического цикла за

последние 5 лет), из расчета не менее 25 экземпляров на каждые 100 обучающихся. Общее количество экземпляров учебно-методической литературы в библиотеке НГЛУ составляет более чем 450 тыс. В образовательном процессе используются информационные ресурсы и базы данных, электронные мультимедийные комплексы, активные и практико-ориентированные методы и технологии обучения. Библиотека университета работает в сетевой автоматизированной информационно-библиотечной системе «МАРК-SQL», все отделы библиотеки подключены в локальную библиотечную сеть, автоматизированы и реализованы на практике технологические процессы, связанные с комплектованием, учетом, научной и технической обработкой документов, информационным и библиотечным обслуживанием читателей. Все фонды библиотеки отражены в Электронном каталоге (ЭК). Доступ к базе данных Книг и статей возможен не только из локальной сети библиотеки, но и с любого другого компьютера через Internet по адресам <http://www.lunn.ru> (сайт университета) с выходом на домашнюю страницу библиотеки или напрямую по <http://lib.lunn.ru>.

Каждый обучающийся имеет возможность круглосуточного индивидуального доступа к электронно-библиотечной системе (ЭБС) «Университетская библиотека онлайн» из любой точки, подключенной к сети Интернет.

Обучающиеся могут пользоваться фондами библиотеки в 4 читальных залах с хорошим техническим оснащением, кабинетах, центрах или получать литературу на абонементах для работы дома. Для более полного удовлетворения читательских запросов в получении информации с компьютеров читальных залов сделан свободный безлимитный выход в Internet и создана электронная библиотека с доступом к электронным фондам и сетевым источникам информации университета и информационным ресурсам других библиотек (электронные учебники, полнотекстовые базы данных, электронные версии журналов, мультимедийные ресурсы, ресурсы с тестовым доступом и др.).

Содержание образовательных программ ориентировано на лучшие отечественные и зарубежные аналоги.

В распоряжении обучающихся по направлению подготовки «Лингвистика» имеются: компьютерный класс на 28 мест, объединенных в локальную сеть, подключенный к Internet. Электронная доска Panasonic модели UB-T780. Мобильный лингафонный кабинет: лингафонная аппаратура, наушники, диктофон, аудиоаппаратура. Демонстрационный зал для просмотра видеофильмов.

Мобильный класс – 14 персональных компьютеров А PIV 2800/256/80, подключенных к Internet, один ноутбук, 1 мультимедийный проектор.

Студенты имеют возможность оперативно обмениваться информацией с отечественными и зарубежными вузами.

Ресурсные центры факультетов английского и романо-германских языков, а также Ресурсные центры социальной коммуникации, лингводидактики, истории и древних языков и др. имеют необходимый фонд научной и научно-методической литературы по программе подготовки бакалавров.

Материально-техническое обеспечение учебного процесса предусматривает проведение всех видов практической и научно-исследовательской работы студентов в соответствии с утвержденным учебным планом.

6. Характеристики среды вуза, обеспечивающие развитие общекультурных (социально-личностных) компетенций выпускников

В ФГБОУ ВПО «НГЛУ» сформирована благоприятная социокультурная среда, обеспечивающая эффективное развитие общекультурных и социально-личностных компетенций выпускников, способствующая укреплению нравственных, гражданских, общекультурных качеств и развитию личности обучающихся.

Модель социально-культурной среды ФГБОУ ВПО «НГЛУ» строится на гармоничном интегрировании внеучебной работы в образовательный процесс и комплексном подходе к организации внеучебной работы.

Неотъемлемой частью ООП является план воспитательной работы на цикл обучения (см. Приложение 1), реализация которого позволяет эффективно осуществлять последовательное формирование профессиональных и общекультурных компетенций у студентов в период освоения основной образовательной программы соответствующего направления подготовки в общем контексте социальной и воспитательной работы НГЛУ.

Теоретическое и нормативно-правовое обоснование воспитательной деятельности, а также основные аспекты социокультурной среды вуза отражены в «Концепции воспитания обучающихся в Нижегородском государственном лингвистическом университете им. Н.А. Добролюбова» (2014 г.), нацеленной на формирование конкурентоспособной личности выпускника Университета, обладающего должным уровнем профессиональной и общекультурной компетентности, комплексом профессионально значимых качеств личности, сложной социально-ориентированной жизненной позицией и системой социальных, культурных и профессиональных ценностей, позволяющих ему эффективно заниматься профессиональной деятельностью, постоянно совершенствоваться и осваивать новые области знания.

В целях создания благоприятных социальных условий для полной самореализации обучающихся, их максимальной удовлетворенностью образовательным процессом, в НГЛУ ведётся активная работа по обеспечению социальной защиты и поддержки участников образовательного процесса, развитию экономических стимулов и системы совершенствования качества образования. Реализуются проектные технологии развивающего, творческого и социального характера. В рамках учебного и внеучебного процесса активно проводится воспитательная работа с обучающимися по различным направлениям (становление духовно-нравственной и корпоративной культуры; гражданско – патриотическое воспитание; правовое воспитание; физическое воспитание; формирование здорового образа жизни; профессионально - трудовое воспитание; содействие трудоустройству студентов и выпускников; развитие творческих способностей; развитие социальной активности; развитие конкурентоспособности обучающихся). Непрерывно осуществляется повышение квалификации всех субъектов системы воспитательной работы НГЛУ.

В НГЛУ созданы условия для формирования компетенций социального взаимодействия, гражданского самосознания, активной жизненной позиции. Активно работает студенческое самоуправление (студенческий профком, студенческий совет), в 2012 г. создан Координационный совет органов студенческого самоуправления, объединяющий представителей всех студенческих объединений НГЛУ и самостоятельно решающий многие вопросы, связанные с организацией образовательного процесса, досуга молодёжи, трудоустройства, творческого самовыражения, межвузовского обмена, быта студентов. Студенческие лидеры проводят активную работу по организации студенческих культурно-массовых и спортивных мероприятий, участвуют в работе различных совещательных органов вуза, представляют университет в органах студенческого самоуправления на уровне города и области, в Молодежном парламенте Нижегородской области, являются организаторами и участниками Школ студенческого актива и других студенческих форумов различных уровней.

Для углубления практической направленности образовательного процесса реализуется комплексная программа взаимодействия с работодателями, широко практикуется участие студентов НГЛУ в качестве волонтеров в масштабных социально значимых мероприятиях профильной направленности на уровне города, области, региона, страны. Активно развивается деятельность студенческих трудовых отрядов.

В НГЛУ большое внимание уделяется развитию научно-исследовательской деятельности студентов как основному источнику формирования профессиональных компетенций продвинутого и высокого уровней. Работает СНО, студенты активно вовлекаются в работу научно-исследовательских групп и научных кружков на факультетах, участвуют в работе научно-практических конференций различных уровней,

публикуются в сборниках научных трудов. В университете развита система профильных конкурсов и предметных олимпиад. Эффективно работает комплексная программа выявления и поддержки талантливой молодёжи. Студенты активно участвуют в соревновательных мероприятиях профильной направленности различных уровней, показывая самые высокие результаты.

В НГЛУ создана благоприятная культурная среда, способствующая развитию культурно-творческого потенциала обучающихся. В университете успешно работают творческие студенческие коллективы, многие из которых существуют более 20 лет и отмечены самыми престижными наградами различных уровней: Народный коллектив России, Академический хор им. Н.А. Добролюбова; Фольклорно-этнографический ансамбль «Синий лён», Театральная студия «ЛГУН», Вокально-инструментальный ансамбль «Next time», Клуб культурного возрождения «Феникс», Студенческий пресс-центр. Студенческие творческие объединения принимают активное участие в культурной жизни вуза и являются организаторами многих культурно-массовых мероприятий и конкурсов для студентов НГЛУ, активно вовлекают в работу творческих коллективов первокурсников.

Большое внимание уделяется в НГЛУ развитию физической культуры и спорта и популяризации здорового образа жизни в студенческой среде. Университет имеет звание «ВУЗ здорового образа жизни». В вузе постоянно действуют студенческие спортивные секции по многим видам спорта, проводится большой комплекс спортивно-оздоровительных и профилактических мероприятий. В течение многих лет в тесном взаимодействии со спортивными обществами областного и регионального уровней работают студенческий спортивный клуб, студенческий туристический клуб и клуб спортивных волонтеров.

НГЛУ постоянно ищет возможности для создания открытой образовательной среды и взаимодействия с социальными партнерами. Среди постоянных партнеров вуза – российские и зарубежные образовательные и культурные организации, муниципальные и государственные органы власти, некоммерческие организации. Практика социального партнерства является значимым ресурсом НГЛУ в реализации Концепции воспитательной работы.

Особая роль в развитии социокультурной среды вуза придается системе информирования студентов о результатах учебно-воспитательного процесса. Информация о проводимых в НГЛУ внеаудиторных мероприятиях, работе органов студенческого самоуправления и студенческих творческих коллективов представляется на официальном сайте, информационных досках НГЛУ, сообщается в вузовских СМИ – студенческих газетах, телевидении и радио.

На официальном сайте вуза организована виртуальная приёмная ректора в рубрике «Задай вопрос ректору», что обеспечивает гласность и прозрачность управления образовательным процессом, а также создание «открытого диалога» между администрацией вуза и студенческой молодежью.

Участие администрации, профессорско-преподавательского состава и студентов как равноправных субъектов в управлении социокультурным воспитательным пространством ФГБОУ ВПО «НГЛУ» в максимальной степени способствует развитию социальной активности студентов и преподавателей, формирует гражданственность, ответственность и приводит к оптимальным результатам личностного становления обучающихся и формирования их общекультурных компетенций.

**7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения
обучающимися ООП бакалавриата по направлению подготовки
42.03.01 (031600.62) – Реклама и связи с общественностью**

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления

В соответствии с ФГОС ВПО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600.62) - Реклама и связи с общественностью (профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления) и Типовым положением о вузе оценка качества освоения обучающимися основных образовательных программ включает текущий контроль успеваемости, промежуточную и итоговую государственную аттестацию обучающихся.

7.1. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Система оценок при проведении промежуточной аттестации обучающихся, формы, порядок и периодичность ее проведения указываются в Уставе высшего учебного заведения.

Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся утверждается Ученым советом ФГБОУ ВПО «НГЛУ».

Студенты НГЛУ при промежуточной аттестации сдают в течение учебного года не более 10 экзаменов и 12 зачетов. В указанное число не входят экзамены и зачеты по физической культуре и факультативным дисциплинам.

Студентам, участвующим в программах двустороннего и многостороннего обмена, могут перезачитываться дисциплины, изученные ими в другом высшем учебном заведении, в том числе зарубежном, в порядке, определяемом Ученым Советом НГЛУ.

В соответствии с требованиями ФГОС ВПО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений требованиям соответствующей ООП университет создал и утвердил фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. Эти фонды включают: контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий, лабораторных и контрольных работ, зачетов и экзаменов; тесты и компьютерные тестирующие программы; примерную тематику курсовых работ / проектов, рефератов и т.п., а также иные формы контроля, позволяющие оценить степень сформированности компетенций обучающихся.

На основе требований ФГОС ВПО и рекомендаций Примерной основной образовательной программы по соответствующему направлению разработаны:

- методические рекомендации преподавателям по разработке системы оценочных средств и технологий для проведения текущего контроля успеваемости по дисциплинам (модулям) ООП (заданий для контрольных работ, вопросов для коллоквиумов, тематики докладов, эссе, рефератов и т.п.);
- методические рекомендации преподавателям по разработке системы оценочных средств и технологий для проведения промежуточной аттестации по дисциплинам (модулям) ООП (в форме зачетов, экзаменов, курсовых работ / проектов и т.п.) и практикам).
- пособие по методическому обеспечению педагогического мониторинга качества образования в вузе.

7.2. Итоговая государственная аттестация выпускников ООП бакалавриата

Общие положения

1. В соответствии с Законом Российской Федерации «Об образовании» освоение образовательных программ высшего профессионального образования в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова» (далее – ФГБОУ ВПО «НГЛУ») завершается обязательной итоговой государственной аттестацией выпускников, обучающихся по всем формам получения высшего профессионального образования и успешно освоивших основную образовательную программу (ООП) высшего профессионального образования.

2. Целью итоговой государственной аттестации является установление уровня подготовленности выпускника к выполнению профессиональных задач и соответствия его подготовки требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования и ООП, разработанной вузом на его основе.

В результате прохождения итоговой государственной аттестации студент должен продемонстрировать овладение следующими компетенциями:

общекультурными (ОК):

- владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановкой цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);

- умением логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);

- использования основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);

- использования основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применяет методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-10);

профессиональными (ПК):

общепрофессиональными:

- способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);

- способностью проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ПК-11);

рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:

- способностью собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы (ПК-33);

- владеет навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-34).

3. К итоговым аттестационным испытаниям, входящим в состав итоговой государственной аттестации, допускается студент, успешно и в полном объеме завершивший освоение ООП, разработанной вузом в соответствии с требованиями ФГОС ВПО.

4. К видам итоговых аттестационных испытаний в составе итоговой аттестации выпускников по образовательной программе 42.03.01 (031600.62) – Реклама и связи с общественностью относятся:

- государственный междисциплинарный экзамен;

- защита выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы).

5. Конкретный перечень обязательных итоговых аттестационных испытаний и их содержание определяется вузом с учетом требований ФГОС ВПО.

6. Программы итоговых экзаменов (по отдельным дисциплинам, итоговый междисциплинарный экзамен и т.п.) и методические рекомендации по подготовке и защите выпускных квалификационных работ критерии их оценки утверждаются ректором вуза.

7. К участию в работе государственной экзаменационной комиссии привлекаются работодатели, высококвалифицированные специалисты Государственного учреждения «Нижегородский инновационный бизнес-инкубатор», ООО «Эйнштейн Медиа Групп», Торгово-промышленной палаты Нижегородской области.

8. Итоговые аттестационные испытания, входящие в перечень обязательных итоговых аттестационных испытаний, не могут быть заменены оценкой качества освоения образовательных программ путем осуществления текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студента.

9. В случае успешного прохождения всех установленных видов итоговых аттестационных испытаний, входящих в итоговую аттестацию, выпускнику ФГБОУ ВПО «НГЛУ» присваивается соответствующая степень «бакалавр» и выдается диплом

государственного образца о высшем профессиональном образовании.

**АННОТАЦИЯ ПРОГРАММЫ
ПРАКТИКИ СТУДЕНТОВ**
по направлению подготовки
031600 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
(квалификация (степень) «бакалавр»)
(для всех форм обучения)

I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Данная Программа разработана в соответствии с Федеральным Законом «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ, «Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры», утвержденным приказом Минобрнауки России от 19 декабря 2013 г. № 1367, Трудовым кодексом Российской Федерации, Положением о порядке проведения практики студентов образовательных учреждений высшего профессионального образования, утвержденным приказом Минобрнауки России от 27.03.2003 г. № 1154, в части не противоречащей Закону «Об образовании в Российской Федерации», Федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению подготовки 031600.62– *Реклама и связи с общественностью*, утвержденным приказом Минобрнауки России 29 марта 2010 г. № 221 (изменен 31 мая 2011 г. N 1975), и определяет виды, порядок организации и материально-техническое обеспечение проведения практик обучающихся, осваивающих основную образовательную программу высшего профессионального образования.

Практика обучающихся в НГЛУ является составной частью основной образовательной программы высшего профессионального образования подготовки бакалавров и представляет собой вид учебной работы, непосредственно ориентированной на профессионально-практическую подготовку.

Практика имеет своей целью закрепление и углубление знаний, полученных обучающимися в процессе теоретического обучения, приобретение общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых в работе по направлению подготовки 031600 «Реклама и связи с общественностью». Цели, задачи, а также требования к организации и проведению практики определены учебным планом, составленным в соответствии с действующими ФГОС ВПО.

Программа практики по направлению подготовки 031600 – *Реклама и связи с общественностью* определяет объем (трудоемкость 1 недели практики не может превышать 54 часа) и содержание каждого вида практики в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом НГЛУ и утверждается проректором по учебной работе.

Сроки проведения практики установлены в соответствии с учебным планом, календарным учебным графиком и с учетом требований ФГОС ВПО по направлению подготовки 031600 – *Реклама и связи с общественностью*.

Проведение практики осуществляется на основе договоров между Университетом и соответствующими организациями, которые определяются выпускающей кафедрой.

ФГОС ВПО по направлению подготовки 031600 – *Реклама и связи с общественностью* предусмотрены следующие виды практик:

- учебно-ознакомительная,
- производственная.

II. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ

1. Цель учебно-ознакомительной практики

Целью учебно-ознакомительной практики являются формирование и закрепление у студентов готовностей, знаний, умений и навыков профессиональной деятельности по соответствующему направлению подготовки для освоения компетенций, предусмотренных Федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования в таких сферах профессиональной деятельности, как организационно-управленческая, коммуникационная, рекламно-информационная, рыночно-исследовательская.

2. Задачи учебно-ознакомительной практики

Задачами учебно-ознакомительной практики являются формирование у будущих специалистов в соответствии с требованиями ФГОС по профилю обучения готовности к осуществлению следующих видов деятельности: организационно-управленческой, коммуникационной, рекламно-информационной, рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической.

Организационно-управленческие задачи:

- участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; осуществление оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью;
- проведение мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок; оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;
- участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе, мотивация сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников;

Задачи коммуникационного характера:

- участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными службами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;
- участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;
- участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований.

Рекламно-информационные задачи:

- разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

Рыночно-исследовательские задачи:

- участие в организации и проведении маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг;
- участие в организации и проведении социологических исследований с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по улучшению имиджа фирмы, организации, товаров и услуг; проведение рыночного наблюдения, опросов, анкетирования, эксперимента с целью улучшения имиджа и конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг;

- сбор, обработка и анализ полученных данных; подготовка, организация и проведение анкетирования и опросов мнения потребителей и общественного мнения; обработка и подготовка данных для анализа;
- сбор и систематизация научно-практической информации по теме исследований в области рекламы и связей с общественностью;
- составление и оформление материалов для экспертных заключений и отчетов;
- написание аналитических справок, обзоров и прогнозов.

3. Планируемые результаты учебно-ознакомительной практики

В результате прохождения практики обучающийся должен приобрести следующие практические навыки, умения, общекультурные и профессиональные компетенции:

- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3)
- способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4)
- умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5)
- владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12)
- способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13)
- владение одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного (ОК-14)
- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-1)
- владение знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах (ПК-2)
- способность под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-3)
- способность под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях (ПК-4)
- владение основами речи, ее видами, правилами речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения (ПК-5)
- обладание базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6)
- обладание базовыми навыками бренд-менеджмента (ПК-7)
- обладание базовыми навыками медиапланирования (ПК-8)
- обладание базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9)
- способность обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10)
- способность проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ПК-11)
- способность реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-12)
- владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве (ПК-13)

- умение осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-14)

- умение использовать методику и технику проведения маркетинговых кабинетных и внекабинетных исследований рынка, организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации (ПК-15)

- понимание основ менеджмента и маркетинга (ПК-16)

- знание истории и основных теорий менеджмента, владение основными управленческими функциями (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация) и методами их реализации; знает основы бизнес-процессов (ПК-17)

- способность оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; способен к выработке нестандартных решений (ПК-18)

- 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 за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-19)

- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-20)

- способность участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, нацеленность на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников (ПК-22)

- способность к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд (ПК-23)

- владеет навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-24)

- способностью реализовать проекты и владеет методами их реализации (ПК-25)

- способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры (ПК-26).

4. Место учебно-ознакомительной практики в структуре ООП бакалавриата

Учебно-ознакомительная практика (Б. 5) относится к обязательной части основной образовательной программы по направлению подготовки 031600 – *Реклама и связи с общественностью*.

Учебно-ознакомительная практика сочетается с курсами общегуманитарного и профессионального циклов: «Экономика», «Социология», «Основы менеджмента» «Брендинг», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью».

«Входные» знания обеспечиваются посредством изучения дисциплин: русский язык и культура речи, иностранный язык, психология, экономика, этика и психология делового общения, Безопасность жизнедеятельности.

Теоретические **дисциплины и практики**, для которых прохождение данной практики необходимо как **предшествующее**: «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью, «Технологии

производства рекламного продукта в коммерческом секторе» / «Технологии производства политического рекламного продукта», «Правовое регулирование рекламной деятельности», «Консалтинг в коммерческой сфере» / «Политический консалтинг», «Производственная практика».

5. Объем учебно-ознакомительной практики и ее продолжительность

Общая трудоемкость учебно-ознакомительной практики составляет 6 зачетных единиц 216 часов. Из них – 3 зачетных единицы (108 часов) – на первом курсе, 3 зачетных единицы (108 часов) – на втором курсе.

- Учебно-ознакомительная практика (1 курс) - 2 недели, второй семестр.
- Учебно-ознакомительная практика (2 курс) - 2 недели, четвертый семестр.

6. Способ и формы проведения учебно-ознакомительной практики

Стационарные практики проводятся в структурных подразделениях НГЛУ или на предприятиях (в учреждениях, организациях), расположенных в Нижнем Новгороде.

Формы учебных практик: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, научно-исследовательская работа, исполнительская практика, творческая практика и других формах, предусмотренных стандартом и учебным планом.

7. Содержание и порядок прохождения учебно-ознакомительной практики 2-й семестр

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу студентов
1	ознакомительная лекция	понимание цели и задач практики; ознакомление с отчетно-правовой документацией, сопровождающей прохождение практики; изучение Положения о практике.
2	инструктаж по технике безопасности	усвоение правил и норм безопасного прохождения практики.
3	мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического опыта работы организации, являющейся базой прохождения практики	ознакомление с организацией и управлением предприятия, учреждения, административной структуры по месту прохождения практики; определение особенностей организации деятельности и управления предприятия с учетом организационно-правовой формы; общая оценка организации (краткая история образования, объемные и качественные показатели основных видов продукции или услуг, схема организации управления и т.д.).
4	характеристика должностных обязанностей практиканта, возложенных на него в ходе практики	понимание своего места и роли в организации; Описание собственных функциональных обязанностей стажера; определение практической пользы практики для стажера как будущего специалиста.
5	составление индивидуального задания (заданий), выполненного студентом во время практики	подготовка и обсуждение перечня заданий, которые стажер должен выполнить в ходе практики.
6	составление дневника практики	разработка поэтапного плана-отчета прохождения практики.

7	сбор, анализ и систематизация материалов, собранных студентом в процессе практики в конкретной организации Выявление актуального опыта работы в данной отраслевой сфере и определение проблем, связанных с выполнением данной организацией возложенных на нее задач	описание номенклатуры предлагаемых предприятием продуктов и услуг; выявление конкурентных преимуществ предприятия на региональном и федеральном рынках; изучение методов планирования и прогнозирования, используемых предприятием; общая характеристика маркетинговых и рекламных коммуникаций, используемых предприятием; изучение методов и принципов формирования коммерческих и партнерских предложений; общая характеристика бизнес-планов, имеющихся у организации; анализ работы отделов по рекламе и связям с общественностью; систематизация (на основании проводимых организацией маркетинговых и социологических исследований) научно-практической информации в области рекламы и связей с общественностью для составления экспертных заключений и отчетов, написания аналитических справок и прогнозов.
8	выработка рекомендаций по совершенствованию форм и методов управления деятельностью в изучаемой организации	самостоятельная подготовка стажером и обсуждение с преподавателем возможных форм и методов социальной коммуникации на предприятии – базе практики.
9	анализ компетенций приобретенных во время практики	анализ видов деятельности, обеспечивающих приобретение стажером общекультурных и профессиональных компетенций в период практики.
10	определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе практики, для выполнения научных работ разного уровня (курсовых, дипломных)	выявление элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.

4-й семестр

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу студентов
1	ознакомительная лекция	понимание цели и задач практики; ознакомление с отчетно-правовой документацией, сопровождающей прохождение практики; изучение Положения о практике.
2	инструктаж по технике безопасности	усвоения правил и норм безопасного прохождения практики.

3	мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического опыта работы организации, являющейся базой прохождения практики	ознакомление с организацией и управлением предприятия, учреждения, административной структуры по месту прохождения практики; определение особенностей организации деятельности и управления предприятия с учетом организационно-правовой формы; общая оценка организации (краткая история образования, объемные и качественные показатели основных видов продукции или услуг, схема организации управления и т.д.).
4	характеристика должностных обязанностей практиканта, возложенных на него в ходе практики	понимание своего места и роли в организации; Описание собственных функциональных обязанностей стажера; определение практической пользы практики для стажера как будущего специалиста.
5	составление индивидуального задания (заданий), выполненного студентом во время практики	подготовка и обсуждение перечня заданий, которые стажер должен выполнить в ходе практики.
6	составление дневника практики	разработка поэтапного плана-отчета прохождения практики.
7	сбор, анализ и систематизация материалов, собранных студентом в процессе практики в конкретной организации Выявление актуального опыта работы в данной отраслевой сфере и определение проблем, связанных с выполнением данной организацией возложенных на нее задач	описание номенклатуры предлагаемых предприятием продуктов и услуг; выявление конкурентных преимуществ предприятия на региональном и федеральном рынках; изучение методов планирования и прогнозирования, используемых предприятием; общая характеристика маркетинговых и рекламных коммуникаций, используемых предприятием; изучение методов и принципов формирования коммерческих и партнерских предложений; общая характеристика бизнес-планам, имеющимся у организации; анализ работы отделов по рекламе и связям с общественностью; систематизация (на основании проводимых организацией маркетинговых и социологических исследований) научно-практической информации в области рекламы и связей с общественностью для составления экспертных заключений и отчетов, написания аналитических справок и прогнозов.

8	выработка рекомендаций по совершенствованию форм и методов управления деятельностью в изучаемой организации	самостоятельная подготовка стажером и обсуждение с преподавателем возможных форм и методов социальной коммуникации на предприятии – базе практики.
9	анализ компетенций приобретенных во время практики	анализ видов деятельности, обеспечивающих приобретение стажером общекультурных и профессиональных компетенций в период практики.
10	определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе практики, для выполнения научных работ разного уровня (курсовых, дипломных)	выявление элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.

III. СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

1. Цель производственной практики

Целью производственной практики является формирование и закрепление у студентов готовностей, знаний, умений и навыков профессиональной деятельности по соответствующему направлению подготовки для освоения компетенций, предусмотренных Федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования в таких сферах профессиональной деятельности, как организационно-управленческая, проектная, коммуникационная, рекламно-информационная, рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая.

2. Задачи производственной практики

Задачами производственной практики являются формирование у будущих специалистов в соответствии с требованиями ФГОС по профилю обучения готовности к осуществлению следующих видов деятельности: организационно-управленческой, проектной, коммуникационной, рекламно-информационной, рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической.

Организационно-управленческие задачи:

- участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; осуществление оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью;
- проведение мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок; оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;
- участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе, мотивация сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников;

Задачи в сфере проектной деятельности:

- участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд;
- подготовка проектной и сопутствующей документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

Задачи коммуникационного характера:

- участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации,
- обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными службами,
- общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;
- участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;
- участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований;

Рекламно-информационные задачи:

- разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

Рыночно-исследовательские и прогнозно-аналитические задачи:

- участие в организации и проведении маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг;
- участие в организации и проведении социологических исследований с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по улучшению имиджа фирмы, организации, товаров и услуг; проведение рыночного наблюдения, опросов, анкетирования, эксперимента с целью улучшения имиджа и конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг;
- сбор, обработка и анализ полученных данных; подготовка, организация и проведение анкетирования и опросов мнения потребителей и общественного мнения; обработка и подготовка данных для анализа.

3. Планируемые результаты производственной практики

В результате прохождения практики обучающийся должен приобрести следующие практические навыки, умения, общекультурные и профессиональные компетенции:

- способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4)
- использование нормативных правовых документов в своей деятельности (ОК-5)
- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9)
- владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12)
- способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13)
- владение одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного (ОК-14)
- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-1)
- владение знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах (ПК-2)
- способность под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-3)

- способность под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях (ПК-4)
- владение основами речи, ее видами, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения (ПК-5)
- обладание базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6)
- обладание базовыми навыками бренд-менеджмента (ПК-7)
- обладание базовыми навыками медиапланирования (ПК-8)
- обладание базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9)
- способность обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10)
- способность проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ПК-11)
- способность реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-12)
- владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве (ПК-13)
- умение осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-14)
- умение использовать методику и технику проведения маркетинговых кабинетных и внекабинетных исследований рынка, организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации (ПК-15)
- понимание основ менеджмента и маркетинга (ПК-16)
- Знание истории и основных теорий менеджмента, владение основными управленческими функциями (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация) и методами их реализации; знает основы бизнес-процессов (ПК-17)
- способность оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; способен к выработке нестандартных решений (ПК-18)
- 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 за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-19)
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-20)
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-21)
- способность участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, нацеленность на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников (ПК-22)

- способность к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд (ПК-23)
- владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-24)
- способность реализовать проекты и владеет методами их реализации (ПК-25)
- способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры (ПК-26)
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований (ПК-27)
- способность организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-28)
- способность организовать и провести социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации (ПК-30)
- способность организовать и провести рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке; осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных (ПК-31)
- способность подготовить, организовать и провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения; осуществить обработку и подготовку данных для анализа (ПК-32)
- способность собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы (ПК-33)
- владение навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-34)
- владение навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов (ПК-35).

4. Место производственной практики в структуре ООП бакалавриата

Производственная практика (Б. 5) относится к обязательной части основной образовательной программы по направлению подготовки 031600 – *Реклама и связи с общественностью*.

Основной дисциплиной, формирующей учебно-научную базу для практики является «Теория и практика рекламы и связей с общественностью».

Производственная практика сочетается с курсами общегуманитарного и профессионального циклов: «Экономика», «Социология», «Основы менеджмента» «Брендинг», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью».

«Входные» знания обеспечиваются посредством изучения дисциплин: «Психология», «Экономика», «Этика и психология делового общения», «Теория и практика рекламы и связей с общественностью», «Основы маркетинга», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ».

Теоретические **дисциплины и практики**, для которых прохождение данной практики необходимо как **предшествующее**: «Основы рекламы и связей с общественностью», «Этика и психология делового общения», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Реклама и связи с общественностью в экономической и финансовой сферах» / «Реклама и связи с общественностью в политике»,

«Технологии производства рекламного продукта в коммерческом секторе» / «Технологии производства политического рекламного продукта», «Правовое регулирование рекламной деятельности» / «Выставка как инструмент рекламы и связей с общественностью», «Консалтинг в коммерческой сфере» / «Политический консалтинг», «Социология массовых коммуникаций», «Теория и практика массовой информации».

5. Объем производственной практики и ее продолжительность

Общая трудоемкость производственной практики составляет 15 зачетных единиц, 540 часов, из них:

производственная практика 3-го курса, 6-й семестр: 4 недели, 6 зачетных единиц, 216 часов.

производственная практика 4-го курса, 7-й семестр: 6 недель, 9 зачетных единиц, 324 ч.

6. Способ и формы проведения производственной практики

Способ проведения производственной практики стационарный.

Формы практик: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, научно-исследовательская работа, исполнительская практика, творческая практика и других формах, предусмотренных стандартом и учебным планом.

7. Содержание и порядок прохождения производственной практики 6-й семестр

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу студентов
1.	ознакомительная лекция	понимание цели и задач практики; ознакомление с отчетно-правовой документацией, сопровождающей прохождение практики; изучение Положения о практике.
2.	инструктаж по технике безопасности	усвоение правил и норм безопасного прохождения практики.
3.	мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического опыта работы организации, являющейся базой прохождения практики	ознакомление с организацией и управлением предприятия, учреждения, административной структуры по месту прохождения практики; определение особенностей организации деятельности и управления предприятия с учетом организационно-правовой формы; общая оценка организации (краткая история образования, объемные и качественные показатели основных видов продукции или услуг, схема организации управления и т.д.).
4.	характеристика должностных обязанностей практиканта, возложенных на него в ходе практики	понимание своего места и роли в организации; Описание собственных функциональных обязанностей стажера; определение практической пользы практики для стажера как будущего специалиста.
5.	составление индивидуального задания (заданий), выполненного студентом во время практики	подготовка и обсуждение перечня заданий, которые стажер должен выполнить в ходе практики.

6.	составление дневника практики	разработка поэтапного плана-отчета прохождения практики.
7.	сбор, анализ и систематизация материалов, собранных студентом в процессе практики в конкретной организации Выявление актуального опыта работы в данной отраслевой сфере и определение проблем, связанных с выполнением данной организацией возложенных на нее задач	описание номенклатуры предлагаемых предприятием продуктов и услуг; выявление конкурентных преимуществ предприятия на региональном и федеральном рынках; изучение методов планирования и прогнозирования, используемых предприятием; общая характеристика маркетинговых и рекламных коммуникаций, используемых предприятием; изучение методов и принципов формирования коммерческих и партнерских предложений; общая характеристика бизнес-планам, имеющимся у организации; анализ работы отделов по рекламе и связям с общественностью; систематизация (на основании проводимых организацией маркетинговых и социологических исследований) научно-практической информации в области рекламы и связей с общественностью для составления экспертных заключений и отчетов, написания аналитических справок и прогнозов.
8.	выработка рекомендаций по совершенствованию форм и методов управления деятельностью в изучаемой организации	самостоятельная подготовка стажером и обсуждение с преподавателем возможных форм и методов социальной коммуникации на предприятии – базе практики.
9.	анализ компетенций приобретенных во время практики	анализ видов деятельности, обеспечивающих приобретение стажером общекультурных и профессиональных компетенций в период практики.
10.	определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе практики, для выполнения научных работ разного уровня (курсовых, дипломных)	выявление элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.

6-й семестр

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу студентов
1.	ознакомительная лекция	понимание цели и задач практики; ознакомление с отчетно-правовой документацией, сопровождающей прохождение практики; изучение Положения о практике.
2.	инструктаж по технике безопасности	усвоение правил и норм безопасного прохождения практики.

3.	мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического опыта работы организации, являющейся базой прохождения практики	ознакомление с организацией и управлением предприятия, учреждения, административной структуры по месту прохождения практики; определение особенностей организации деятельности и управления предприятия с учетом организационно-правовой формы; общая оценка организации (краткая история образования, объемные и качественные показатели основных видов продукции или услуг, схема организации управления и т.д.).
4.	характеристика должностных обязанностей практиканта, возложенных на него в ходе практики	понимание своего места и роли в организации; описание собственных функциональных обязанностей стажера; определение практической пользы практики для стажера как будущего специалиста.
5.	составление индивидуального задания (заданий), выполненного студентом во время практики	подготовка и обсуждение перечня заданий, которые стажер должен выполнить в ходе практики.
6.	составление дневника практики	разработка поэтапного плана-отчета прохождения практики.
7.	сбор, анализ и систематизация материалов, собранных студентом в процессе практики в конкретной организации Выявление актуального опыта работы в данной отраслевой сфере и определение проблем, связанных с выполнением данной организацией возложенных на нее задач	описание номенклатуры предлагаемых предприятием продуктов и услуг; выявление конкурентных преимуществ предприятия на региональном и федеральном рынках; изучение методов планирования и прогнозирования, используемых предприятием; общая характеристика маркетинговых и рекламных коммуникаций, используемых предприятием; изучение методов и принципов формирования коммерческих и партнерских предложений; общая характеристика бизнес-планам, имеющимся у организации; анализ работы отделов по рекламе и связям с общественностью; систематизация (на основании проводимых организацией маркетинговых и социологических исследований) научно-практической информации в области рекламы и связей с общественностью для составления экспертных заключений и отчетов, написания аналитических справок и прогнозов.
8.	выработка рекомендаций по совершенствованию форм и методов управления	самостоятельная подготовка стажером и обсуждение с преподавателем возможных форм и методов социальной

	деятельностью в изучаемой организации	коммуникации на предприятии – базе практики.
9.	анализ компетенций приобретенных во время практики	анализ видов деятельности, обеспечивающих приобретение стажером общекультурных и профессиональных компетенций в период практики.
10.	определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе практики, для выполнения научных работ разного уровня (курсовых, дипломных)	выявление элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.

Разработчики ООП:

- Профессорско-преподавательский состав выпускающей кафедры под руководством заведующего кафедрой доктора философских наук, профессора Е.П. Савруцкой.
- Профессорско-преподавательский состав кафедр, обеспечивающих преподавание дисциплин ООП по данному направлению.
- Научно-методическая комиссия вуза по данному направлению
- Работодатели, принимающие участие в реализации ООП (чтение дисциплин вариативного цикла, руководство производственной практикой, участие в работе Государственной экзаменационной комиссии (см. раздел 7.2, Приложение).
- Согласовано с проректором по учебной работе кандидатом филологических наук, доцентом Е.В. Наумовой.