

Направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль): Связи с общественностью

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Основы научных исследований в профессиональной сфере»

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель изучения дисциплины

Цель освоения дисциплины – формирование профессиональной компетентности магистра в области научного знания о связях с общественностью, что даёт возможность: а) не только отражать существующую практику PR, но и опережать её, конструируя ранее не существовавшие модели PR; б) создать системный каталог классических, неклассических, постнеклассических методологических стратегий для решения практических задач связей с общественностью.

1.2. Задачи дисциплины

Основные задачи дисциплины

- формировать базовую систему знаний об актуальных проблемах научного знания в профессиональной сфере, основных тенденциях, перспективах, приоритетах его развития, современных требованиях к научному дискурсу;

- формировать готовность использовать знание современных проблем, тенденций и перспектив развития научных знаний в профессиональной сфере для решения образовательных и профессиональных задач;

- развивать аналитическое мышление, умение использовать современные научные технологии, способность к самостоятельному обучению новым методам исследования;

- воспитывать самостоятельность и инициативность, стремление к профессиональному и личностному росту, содействовать становлению ценностных качеств гуманистической ориентации.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана, изучается в 1 и 2 семестрах.

Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данной дисциплины, формируются в процессе предшествующего уровня образования, а также в процессе изучения курса «Методологические проблемы современной науки».

Знания, умения и навыки, осваиваемые в процессе изучения данной дисциплины, составляют базу для овладения компетенциями на последующих этапах их освоения в процессе изучения дисциплин базовой и вариативных частей, а также являются основой для успешного прохождения разных видов практики.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих профессиональных компетенций: способность к выработке нестандартных решений (ПК-9); способность ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований (ПК-20); способность применять в исследованиях основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем, учитывать их динамику и тенденции (ПК-21); способность интегрировать знания, формировать суждения и принимать решения на основе неполной и ограниченной информации (ПК-22); способность решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте (ПК-23); способность к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию соображений, выдвижению новых идей, в том числе в исследовательском контексте (ПК-24); способность интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции (ПК-25);

способность применять накопленные знания и опираться на них в подготовке и написании научно-исследовательских работ, включая кандидатские и докторские диссертации (ПК-26).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: различие форм и последовательности действий в стандартных и нестандартных ситуациях; принципы постановки задач исследования, выбора методов экспериментальной работы, подготовки базы для научных исследований; основы синергетики; принципы креативного решения проблем; современные методы решения концептуальных и прикладных задач в широком или междисциплинарном контексте; процедуры применения анализа и синтеза, научных обобщений, выдвижения новых идей; способы интерпретации и представления результатов научных исследований, составления практических рекомендаций на их основе, выдвижения принципиально новых гипотез, прогнозирования тенденций; концептуальный аппарат и основные познавательные подходы и методы современной науки, методологию научного исследования, эвристические методы решения познавательных задач, формы представления научно-исследовательских результатов, особенности и методологию исследовательской деятельности в области научных знаний в профессиональной сфере

Уметь: анализировать альтернативные варианты действий в нестандартных ситуациях; ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований; применять синергетические знания в практической деятельности; применять креативные технологии; использовать современные научные методы решения концептуальных и прикладных задач; анализировать, синтезировать, обобщать, аргументировать в научно-исследовательском контексте; проявлять творческие интенции; формулировать проблемы и использовать эвристические методы их решения, анализировать, интерпретировать и творчески использовать теоретические знания, применять теоретические знания в практике исследовательской деятельности; критически использовать методы современной науки в практической деятельности; оценить качество исследований в контексте социокультурных условий, этических норм профессиональной деятельности

Владеть: навыками действий в нестандартных ситуациях, системой постановки задач исследования и определения методов экспериментальной работы, создания базы для научных исследований, приёмами синергетического анализа и синтеза, приёмами креативного решения проблем, умением решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте, навыками применения процедур анализа, синтеза, обобщения, аргументирования, порождением новых идей в исследовательском контексте, способностью интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции, навыками самостоятельного целеполагания, планирования, организации собственной работы, реализации и корректировке плана, приемами информационно-описательной деятельности при проведении научного исследования в области рекламы и связей с общественностью

4. Содержание дисциплины

Пиарология как научная дисциплина. Отрасли пиарологии и её связь с другими дисциплинами. Методы и функции теории PR. Методологические проблемы связей с общественностью. Коммуникативная компетентность PR-специалиста. Коммуникативная компетентность специалиста по РиСО. Социальные и общие предпосылки пиарологии. Пиарология как постнеклассическая научная дисциплина. Пиарология и синергетика. Моделирование пиарологии как научной парадигмы

5. Общая трудоёмкость дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 з.е. (144 часов).

6. Формы контроля: зачёт, курсовая работа.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах»

1. Цели и задачи дисциплины

1.1. Цель изучения дисциплины

Цель освоения дисциплины – выработка технологий проведения кампаний по рекламе и связям с общественностью в различных сферах.

1.2. Задачи дисциплины

Основные задачи дисциплины:

- проанализировать различные концепции и подходы выделения технологий рекламы и связей с общественностью в различных сферах;
- усвоить сущность понятий: технология рекламы и связей с общественностью;
- выявить особенности проведения кампаний по рекламе и связям с общественностью в различных сферах

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана, изучается во 2 семестре. Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данной дисциплины, формируются в процессе предшествующего уровня образования, а также в процессе изучения курса «Планирование и организация кампаний по рекламе и связям с общественностью».

Знания, умения и навыки, осваиваемые в процессе изучения данной дисциплины, составляют базу для овладения компетенциями на последующих этапах их освоения в процессе изучения дисциплин базовой и вариативных частей, а также являются основой для успешного прохождения разных видов практики.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2); способность руководить осуществлением профессиональных функций 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 (ОПК-1); способность осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий (ПК-2); способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга (ПК-10); способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью (ПК-14); способность оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки (ПК-15).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: определение понятий социальной и этической ответственности при принятии решений, различие форм и последовательности действий в стандартных и нестандартных ситуациях, основные парадигмы и проблематику осуществлением профессиональных функций 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; современные методы решения задач в профессиональной сфере, особенности развития и перераспределения коммуникативных потоков, принципы использования интегрированных коммуникаций в местных, региональных и глобальных процессах; теорию планирования управления и контроля производственных процессов и информационных потоков, основные принципы осуществления корректировки и контроля

коммуникационных программ и мероприятий, ведущие направления современной системы корректировки и контроля коммуникационных программ и мероприятий, основные направления развития менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга, принципы разработки бизнес-планов, проектов и стратегических концепций, шкалы оценки качества проектов на всех стадиях проектирования.

Уметь: анализировать альтернативные варианты действий в нестандартных ситуациях, определять меру социальной и этической ответственности за принятые решения, выявлять методы руководства осуществлением профессиональных функций в области РиСО в различных сферах, использовать методы руководства осуществлением профессиональных функций в области РиСО в различных сферах, осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий, выбирать организационные формы корректировки и контроля коммуникационных программ и мероприятий, определять основные направления развития менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга, обосновывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью, применять современные методы реализации, контроля и корректировки для оценки качества и эффективности проектов.

Владеть: целостной системой навыков действий в нестандартных ситуациях, прогнозирования результатов социальной и этической ответственности за принятые решения, навыками анализа различных типов руководства профессиональных функций в различных профессиональных сферах РиСО, современными методиками обучения различным типам руководства профессиональных функций в различных профессиональных сферах РиСО, понятийным аппаратом корректировки и контроля коммуникационных программ и мероприятий, способами и методами разносрочной корректировки коммуникационных программ и мероприятий, способами и методами долгосрочного, среднесрочного и краткосрочного контроля коммуникационных программ и мероприятий, навыками выявления основных направлений развития менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга, навыками диагностики стратегических концепций и бизнес-планов проектов, заданий на их разработку, осуществления руководства проектной деятельностью, современными методами реализации, контроля и корректировки для оценки качества и эффективности проектов

4. Содержание дисциплины

Роль и значение технологий в связях с общественностью. Сферы применения технологий связей с общественностью. Виды рекламы. Реклама и её разновидности. Информационные и рекламные PR-стратегии.

5. Общая трудоёмкость дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е. (108 часов).

6. Формы контроля: зачёт.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Планирование и организация кампаний по рекламе и связям с общественностью»

1. Цели и задачи дисциплины

1.1. Цель изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины – выработка умений планировать и организовывать проведение кампаний по рекламе и связям с общественностью.

1.2. Задачи дисциплины

Основные задачи дисциплины:

- проанализировать различные концепции и подходы к планированию и организации кампаний по рекламе и связям с общественностью;
- усвоить этапы кампаний по рекламе и связям с общественностью.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Планирование и организация кампаний по рекламе и СО» относится к базовой части учебного плана, изучается в 1 и 2 семестрах. Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данной дисциплины, формируются в процессе предшествующего уровня образования.

Знания, умения и навыки, осваиваемые в процессе изучения данной дисциплины, составляют базу для овладения компетенциями на последующих этапах их освоения в процессе изучения дисциплин базовой и вариативных частей, а также являются основой для успешного прохождения разных видов практики.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-4); способность руководить осуществлением профессиональных функций 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 (ОПК-1); способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2); способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность (ПК-1); способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга (ПК-10); способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12); способность осуществлять консультирование по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций (ПК-19).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: новые методы исследования, новую сферу профессиональной деятельности в образовательном процессе; основные парадигмы и проблематику осуществлением профессиональных функций 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; современные методы решения задач в профессиональной сфере, особенности развития и перераспределения коммуникативных потоков, принципы использования интегрированных коммуникаций в местных, региональных и глобальных процессах; теорию планирования управления и контроля производственных процессов и информационных потоков; принципы планирования коммуникационных кампаний и мероприятий; принципы осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий; современные методики и технологии управления процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечения их качества и эффективности; основные направления развития менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга; основные принципы проектирования, планирования, подготовки и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий; основные принципы консалтинга в различных сферах, цикл РиСО, профессиональные компетенции.

Уметь: проявить самостоятельность в освоении и использовании новых методов исследования; выявлять методы руководства осуществлением профессиональных функций в области РиСО в различных сферах; использовать методы руководства осуществлением профессиональных функций в области РиСО в различных сферах;

планировать коммуникационные кампании и мероприятия; осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия; осуществлять управление деятельностью коллектива, планирование его работы, обеспечение ее эффективности; координировать работу с персоналом, производить оценку производительности и качества его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность; осуществлять руководство всеми этапами коммуникационных кампаний и мероприятий; организовывать консультирование по различным вопросам рекламы и связей с общественностью.

Владеть: новыми методами исследования и использовать их в образовательном процессе; навыками анализа различных типов руководства профессиональных функций в различных профессиональных сферах РиСО; современными методиками обучения различным типам руководства профессиональных функций в различных профессиональных сферах РиСО; навыками планирования коммуникационных кампаний и мероприятий; навыками управления деятельностью коллектива, планирования его работы, обеспечения ее эффективности; навыками работы с персоналом, управления персоналом, оценки производительности и качества его труда, устранения конфликтов, обеспечения сплоченности коллектива, толерантности; навыками осуществления и руководства всеми этапами коммуникационных кампаний и мероприятий; навыками управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций.

4. Содержание дисциплины

Общие принципы планирования, организации и проведения рекламной и PR-кампании. Цикл RACE – ROSIE как основа управление PR-процессом. Понятие информационного поля. Оценка результатов организации и проведения PR-кампании. Политическая PR-кампания. Составление PR-проектов. Основные принципы рекламной кампании. Рекламная кампания. Реклама как составляющая часть комплекса маркетинга. Рекламный рынок. Медиапланирование. Стратегии рекламных кампаний. История российской рекламы. Эффективность рекламы.

5. Общая трудоёмкость дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 5 з.е. (180 часов).

6. Формы контроля: зачёт, экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Дискурс PR и рекламы»

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель изучения дисциплины

Цель освоения дисциплины – выработка умений использовать дискурс PR и рекламы

1.2. Задачи дисциплины

- проанализировать различные концепции и подходы выделения дискурса PR и рекламы;
- усвоить сущность понятия дискурс в применении к PR и рекламе;
- выявить особенности применения дискурса PR и рекламы

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана, изучается в 3 семестре. Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данной дисциплины, формируются в процессе предшествующего уровня образования.

Знания, умения и навыки, осваиваемые в процессе изучения данной дисциплины, составляют базу для овладения компетенциями на последующих этапах их освоения в процессе изучения дисциплин базовой и вариативных частей, а также являются основой для успешного прохождения разных видов практики.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2); способность руководить осуществлением профессиональных функций 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 (ОПК-1); способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2); способность управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность (ПК-4); способность работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность (ПК-5); способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12); способность осуществлять консультирование по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций (ПК-19).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: определение понятий социальной и этической ответственности при принятии решений, различие форм и последовательности действий в стандартных и нестандартных ситуациях, современные методы решения задач в профессиональной сфере, особенности развития и перераспределения коммуникативных потоков, принципы использования интегрированных коммуникаций в местных, региональных и глобальных процессах; теорию планирования управления и контроля производственных процессов и информационных потоков, принципы осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий, основные принципы управления деятельностью коллектива, планирования его работы, обеспечения ее эффективности, основные принципы работы с персоналом, оценки производительности и качества его труда, устранения конфликтов, обеспечения сплоченности коллектива, толерантности, основные принципы проектирования, планирования, подготовки и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий, основные принципы консалтинга в различных сферах, цикл РиСО, профессиональные компетенции.

Уметь: анализировать альтернативные варианты действий в нестандартных ситуациях, определять меру социальной и этической ответственности за принятые решения, использовать методы руководства осуществлением профессиональных функций в области РиСО в различных сферах, осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия, осуществлять управление деятельностью коллектива, планирование его работы, обеспечение ее эффективности, осуществлять работу с персоналом, оценку производительности и качества его труда, устранение конфликтов, обеспечение сплоченности коллектива, толерантности, определять стратегические цели руководства всеми этапами коммуникационных кампаний и мероприятий, организовывать консультирование по различным вопросам рекламы и связей с общественностью.

Владеть: целостной системой навыков действий в нестандартных ситуациях, прогнозирования результатов социальной и этической ответственности за принятые решения, современными методиками обучения различным типам руководства профессиональных функций в различных профессиональных сферах РиСО, навыками планирования коммуникационных кампаний и мероприятий, навыками управления деятельностью коллектива, планирования его работы, обеспечения ее эффективности, навыками работы с персоналом, оценки производительности и качества его труда, устранения конфликтов, обеспечения сплоченности коллектива, толерантности, навыками

стратегического целеполагания, навыками управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций.

4. Содержание дисциплины

Современные трактовки дискурса. Дискурсология как междисциплинарная наука. Дискурс PR-коммуникации. Дискурс рекламной коммуникации.

5. Общая трудоёмкость дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е. (72 часа).

6. Формы контроля: зачёт.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Деловой иностранный язык»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель изучения дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины «Деловой иностранный язык» является формирование навыков практического владения иностранным языком для его использования в повседневном общении и профессиональной деятельности при решении деловых, академических, культурных задач.

1.2 Задачи дисциплины

Задачами освоения дисциплины «Деловой иностранный язык» являются:

- развитие коммуникативных навыков диалогической и монологической речи в разговорной практике делового общения, навыков публичной речи;
- развитие умений и навыков аудирования (понимания диалогической и монологической речи в сфере профессиональной коммуникации);
- практическое владение грамматическими структурами и моделями;
- развитие навыков различных видов чтения (изучающее, ознакомительное, поисковое);
- развитие навыков перевода (письменного перевода, реферирования и аннотирования текстов по специальности);
- развитие навыков письменной речи во всех видах речевых произведений (биография, частное письмо, деловое письмо, сообщения, тезисы, рефераты и т.д.);
- развитие умений самостоятельной работы с учебной и справочной литературой;
- воспитание уважительного отношения к культурному наследию, традициям, обычаям стран изучаемого языка.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Деловой иностранный язык» в учебном плане относится к базовой части Блока1 и осваивается в 1 и во 2 семестре. Для изучения дисциплины «Деловой иностранный язык» студенты должны владеть знаниями, полученными в результате освоения предшествующих дисциплин «Иностранный язык» и «Иностранный язык в профессиональной сфере» в соответствии с учебным планом по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общекультурные и общепрофессиональные компетенции: способность свободно пользоваться иностранными языками как средством делового общения (ОК-5); способность воспринимать различия этнических особенностей, традиций и культур, самостоятельно работать в кросс-культурном пространстве и на международном уровне (ОК-6); владение корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках (ОПК-3); способность вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов (ОПК-4); владение техниками установления

профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках (ОПК-5); владение методами делового общения в интернациональной среде, способность использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран (ОПК-6).

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: специфику осуществления профессиональной коммуникации на иностранных языках, основы делового общения и технологии предупреждения конфликтных ситуаций, основы речевой и письменной культуры; систему современного русского и иностранного языков; нормы словоупотребления; принципы осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий; специфику осуществления профессиональной коммуникации на русском и иностранном языках, основы делового общения и технологии предупреждения конфликтных ситуаций, основы речевой и письменной культуры; специфику осуществления профессиональных контактов и развития профессионального общения (в том числе на иностранных языках), основы делового общения и технологии предупреждения конфликтных ситуаций, основы речевой и письменной культуры; специфику осуществления делового общения в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран, основы делового общения и технологии предупреждения конфликтных ситуаций в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран.

уметь: составлять речевые произведения (обзоры научно-методических работ) по темам дисциплины в устной и письменной формах на иностранных языках, применять различные виды и формы профессиональной коммуникации на иностранном языке; создавать устные и письменные, монологические и диалогические речевые произведения научных и деловых жанров с учетом целей, задач, условий общения, включая научное и деловое общение в среде Интернет; осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия; составлять речевые произведения (обзоры научно-методических работ) по темам дисциплины в устной и письменной формах на русском и иностранном языках, применять различные виды и формы профессиональной коммуникации на русском и иностранном языках; применять различные виды и формы профессиональных контактов и профессионального общения, в том числе и на иностранных языках; применять различные виды и формы делового общения в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран.

владеть: навыками профессиональной речи специалиста-гуманитария в устной и письменной формах; различными формами, видами устной и письменной коммуникации в учебной и профессиональной деятельности; иностранным языком на уровне контакта с носителями языка с целью быть понятым по широкому кругу жизненных и профессиональных вопросов; навыками планирования коммуникационных кампаний и мероприятий; навыками профессиональной речи специалиста-гуманитария и педагога в устной и письменной формах, навыками выявления, классификации и исправления речевых ошибок обучаемых; навыками установления профессиональных контактов и формирования профессионального общения, в том числе на иностранных языках, в процессе профессионального взаимодействия; навыками установления делового общения в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран.

4. Содержание дисциплины

Анализ текстов деловой тематики. Деловая корреспонденция. Межкультурная научная коммуникация. Этика деловых отношений. Основные функциональные разновидности речи в деловых целях. Техника ведения беседы. Деловая встреча, переговоры. Публичное выступление

5. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е. (108 часов).

6. Формы контроля: экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Методологические проблемы современной науки»

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель изучения дисциплины

Цель освоения дисциплины – формирование профессиональной компетентности магистра в области истории развития науки, свойств и функций современной науки, определении её места в современном обществе.

1.2. Задачи дисциплины

Основные задачи дисциплины:

- формировать базовую систему знаний об актуальных проблемах современной науки, основных тенденциях, перспективах, приоритетах её развития, современных требованиях к научному дискурсу;
- формировать готовность использовать знание современных проблем, тенденций и перспектив развития современной науки для решения образовательных и профессиональных задач;
- развивать аналитическое мышление, умение использовать современные научные технологии;
- воспитывать самостоятельность и инициативность, стремление к профессиональному и личностному росту, содействовать становлению ценностных качеств гуманистических ориентации.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана, изучается в 1 и 2 семестрах. Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данной дисциплины, формируются в процессе предшествующего уровня образования.

Знания, умения и навыки, осваиваемые в процессе изучения данной дисциплины, составляют базу для овладения компетенциями на последующих этапах их освоения в процессе изучения дисциплин базовой и вариативных частей, а также являются основой для успешного прохождения разных видов практики.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу, способность совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень (ОК-1); способность ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований (ПК-20); способность применять в исследованиях основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем, учитывать их динамику и тенденции (ПК-21); способность решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте (ПК-23); способность интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции (ПК-25).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: методы абстрактного мышления при установлении истины, методы научного исследования путем мысленного расчленения объекта (анализ) и путем изучения предмета в его целостности, единстве его частей (синтез), принципы постановки задач исследования, выбора методов экспериментальной работы, подготовки базы для научных исследований, принципы применения синергетических знаний в рекламе и связях с общественностью, современные методы решения концептуальных и прикладных задач в

широком или междисциплинарном контексте, способы интерпретация и представления результатов научных исследований, составления практических рекомендаций на их основе, выдвижения принципиально новых гипотез, прогнозирования тенденций.

Уметь: использованием методов абстрактного мышления, анализа и синтеза анализировать альтернативные варианты решения исследовательских задач и оценивать эффективность реализации этих вариантов, ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований, применять в исследованиях основные концепции и принципы синергетических концепций, использовать современные научные методы решения концептуальных и прикладных задач, проявлять творческие интенции.

Владеть: целостной системой навыков использования абстрактного мышления при решении проблем, возникающих при выполнении исследовательских работ, навыками отстаивания своей точки зрения, системой постановки задач исследования и определения методов экспериментальной работы, создания базы для научных исследований, принципами применения синергетических знаний с различных сферах рекламы и связей с общественностью, умением решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте, способностью интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции

4. Содержание дисциплины

Наука как социальное явление. Наука как знание, деятельность и социальный институт. Классификация наук. Наука в системе духовной жизни общества. Наука и эзотеризм. Наука в духовной жизни общества. Проблема отношения науки и техники. Гносеологические аспекты научного познания. Методологические аспекты научного познания. Формы научного познания. Специфика научного познания

5. Общая трудоёмкость дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 з.е. (144 часов).

6. Формы контроля: зачёт, курсовая работа.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Бренд-менеджмент»

1. Цели и задачи освоения дисциплины

1.1 Цель изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины – развитие ключевых компетенций в области бренд-менеджмента, т.е. выработка у студентов профессионального взгляда на деятельность по созданию и управлению брендами, который поможет им в будущем разрабатывать конкурентоспособные торговые марки, определять их позиционирование и имидж, управлять их развитием с учетом маркетинговых стратегий фирмы.

1.2. Задачи дисциплины

Задачами изучения дисциплины являются:

- знание и понимание роли брендинга в бизнес-модели функционирования различных компаний на современных рынках;
- системные знания типов брендов и их различных ролей в марочном портфеле компании;
- знание принципов и технологий создания брендов с учетом типологии рынка;
- системные знания теорий и инструментов брендинга;
- понимание принципов формирования портфеля бренда;
- умение разрабатывать концепции позиционирования и владение технологиями моделирования бренд-имиджа;
- знание основных моделей и понимание критериев оценки капитала бренда;

- знание принципов управления брендами и их количественной и качественной оценки;

навыки применения указанных знаний в исследовательской работе.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Данная дисциплина «Бренд-менеджмент» включена в вариативную часть Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана, изучается в 1 семестре. Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данной дисциплины, формируются в процессе предшествующего уровня образования.

Знания, умения и навыки, осваиваемые в процессе изучения данной дисциплины, составляют базу для овладения компетенциями на последующих этапах их освоения в процессе изучения дисциплин базовой и вариативных частей, а также для успешного прохождения разных видов практики.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2); способностью планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2); способностью разрабатывать эффективную стратегию и формировать политику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях (ПК-7); способностью применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга (ПК-10); способностью разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью (ПК-14); способностью оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки (ПК-15); способностью использовать элементы экономического анализа в практической деятельности и разрабатывать технико-экономические обоснования проектов (ПК-16); способностью руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований (ПК-17).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: определение понятий социальной и этической ответственности при принятии решений, различие форм и последовательности действий в стандартных и нестандартных ситуациях; основы принятия управленческих решений; социально-этические нормы поведения; алгоритмы поведения в нестандартных ситуациях с учетом соблюдения этических норм принципы планирования коммуникационных кампаний и мероприятий; основы организации коммуникационной деятельности; основы планирования коммуникационной кампании; основные направления развития менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга; теоретические основы и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга, основы и концепции сегментирования позиционирования; принципы разработки бизнес-планов, проектов и стратегических концепций, основы стратегического менеджмента и бизнес-планирования проектов, роль бренд-менеджмента в бизнес-планировании проектов; систему разработки и реализации проектами; функции управления проектами, инструменты реализации управленческих решений в области бренд-менеджмента; основы использования основ элементов экономического анализа в практической деятельности и разработки технико-экономических обоснований проектов, элементы экономического анализа, применяемые в практической деятельности бренд-менеджмента; правила подготовки и проведения конкретных количественных и качественных исследований; методы и инструменты проведения количественных и качественных исследований в области бренд-менеджмента;

Уметь: анализировать альтернативные варианты действий в нестандартных ситуациях, определять меру социальной и этической ответственности за принятые решения, нести ответственность за принятые решения; грамотно выстраивать

коммуникационное взаимодействие; творчески использовать имеющиеся знания и опыт в соответствии с современными тенденциями общественного развития; планировать коммуникационные кампании и мероприятия; прогнозировать результаты информационной поддержки мероприятий; составлять концепцию и разрабатывать разделы бизнес-плана медиа-компании, формировать стратегию продвижения бренда в соответствии с маркетинговым позиционированием; определять основные направления развития менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга; составлять модельный портрет потребителя, разрабатывать направления политики доходов от ATL-, и BTL-деятельности., управлять капитализацией бренда; управлять брендом в жизненном цикле продукта (товара); обосновывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью; разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов при управлении брендом, составлять медиапланы с использованием ATL- и BTL-технологии при реализации проектов; выбирать рациональные методы и средства управления проектом в области бренд-менеджмента; использовать современные методы реализации проектов в области бренд-менеджмента; готовиться к руководству подготовкой и проведением количественных и качественных исследований, составить техническое задание проведения количественных и качественных исследований в области бренд-менеджмента.

Владеть: целостной системой навыков действий в нестандартных ситуациях, прогнозирования результатов социальной и этической ответственности за принятые решения, способами анализа и критической оценки различных нестандартных социальных явлений, этической ответственностью за принятые решения; навыками планирования коммуникационных кампаний и мероприятий; навыками планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий в портфеля бренда, навыками выявления основных направлений развития менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга; навыками составления SWOT-анализа; формирования концепции бренда и его продвижения; платформы бренда; коммуникативными навыками управления проектами в области бренд-менеджмента; способностью использовать элементы экономического анализа в организационно-экономическом обосновании проектов бренд-менеджмента компаний; навыками руководства подготовкой и проведением количественных и качественных исследований; навыками организации подготовки и проведения количественных и качественных исследований в области бренд-менеджмента.

4. Содержание дисциплины

Роль бренда в системе маркетинга. Типология брендов: архитектура и портфель брендов компании. Концепция и стратегии управления брендом. Моделирование сущности бренда и бренд-имиджа: обзор западных систем.

Этапы разработки знаков идентификации как атрибутов бренда.

Маркетинговые коммуникации и их роль в построении и развитии бренда. Бренды как нематериальные активы компании, способствующие ее капитализации и увеличению стоимости.

5. Общая трудоёмкость дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е. (108 часов).

6. Формы контроля: экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Нейминг»

1. Цели и задачи дисциплины

1.1. Цель изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины – изучение основ создания номинаций (в первую очередь – коммерческих).

1.2. Задачи дисциплины

Основные задачи дисциплины:

- проанализировать различные концепции и подходы к современному неймингу;
- усвоить сущность понятий: коммерческая номинация, рекламный текст, бренд, товарный знак;
- выявить сущность комплексного анализа наименований любого типа;
- выявить особенности создания наименования любого типа.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана, изучается в 3 семестре. Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данной дисциплины, формируются в процессе предшествующего уровня образования, а также в процессе изучения курсов «Бренд-менеджмент», «Планирование и организация кампаний по рекламе и связям с общественностью».

Знания, умения и навыки, осваиваемые в процессе изучения данной дисциплины, составляют базу для овладения компетенциями на последующих этапах их освоения в процессе изучения дисциплин базовой и вариативных частей, а также для успешного прохождения разных видов практики.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3); способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОПК-7); способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью (ПК-3); способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью (ПК-14); способность руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований (ПК-17).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: определение понятий саморазвития, самореализации и творческого потенциала, различие форм и последовательности действий в стандартных и нестандартных ситуациях, современные методики, инновационных и информационных технологий в приобретении и использовании новых знаний и умений из смежных предметных областей, основные принципы разработки стратегических концепций и бизнес-планов проектов, осуществления руководства проектной деятельностью, принципы разработки бизнес-планов, проектов и стратегических концепций, принципы и правила руководства подготовкой и проведением количественных и качественных исследований.

Уметь: реализовать свой творческий потенциал, определять степень применения навыков саморазвития, самореализации и использования творческого потенциала, пользоваться современными технологиями поиска и приобретения новых знаний и умений, осуществлять разработку стратегических концепций и бизнес-планов проектов, руководство проектной деятельностью, обосновывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью, осуществлять руководство подготовкой и проведением количественных и качественных исследований.

Владеть: целостной системой навыков саморазвития, самореализации и использования творческого потенциала, навыками применения современных методик, инновационных и информационных технологий в приобретении и использовании новых знаний и умений из смежных предметных областей, навыками разработки стратегических

концепций и бизнес-планов проектов, осуществления руководства проектной деятельностью, навыками диагностики стратегических концепций и бизнес-планов проектов, заданий на их разработку, осуществления руководством проектной деятельностью, практическими умениями руководства подготовкой и проведением количественных и качественных исследований.

4. Содержание дисциплины

Общие вопросы нейминга. Наименование, название, нейминг. Нейминг в различных сферах. Национальная специфика нейминга. Нейминг и брендинг. Нейминг, рекламный текст, бренд, товарный знак. Стихийное и закономерное, субъективное и объективное в нейминге. Нейминг в психолингвистическом аспекте. Нейминг и смежные проблемы

5. Общая трудоёмкость дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е. (108 часов).

6. Формы контроля: экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Практика взаимодействия со СМИ»

1. Цель и задачи дисциплины

1.1. Цель изучения дисциплины

Основная цель курса определяется необходимостью расширить представление о современных механизмах и методах взаимодействия служб PR со средствами массовой информации и способствовать формированию эффективных практик, обеспечивающих оптимизацию установления и поддержания отношений субъекта PR со СМИ

1.2. Задачи дисциплины

- изучить современные методы презентации субъекта связей с общественностью;
- освоить особенности проведения информационных мероприятий с участием представителей СМИ;
- овладеть методикой планирования и проведения пресс-тура.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы магистратуры

Курс «Практика взаимодействия со СМИ» входит в вариативную часть Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана, изучается в 3 семестре. Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данной дисциплины, формируются в процессе предшествующего уровня образования.

Знания, умения и навыки, осваиваемые в процессе изучения данной дисциплины, составляют базу для овладения компетенциями на последующих этапах их освоения в процессе изучения дисциплин базовой и вариативных частей, а также для успешного прохождения разных видов практики.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2), способность воспринимать различия этнических особенностей, традиций и культур, самостоятельно работать в кросс-культурном пространстве и на международном уровне (ОК-6), способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2), способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2), способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОПК-7), на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к

соответствующим правам других в многоэтническом и интернациональном окружении (ОПК-8), способность к выработке нестандартных решений (ПК-9).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: определение понятий социальной и этической ответственности при принятии решений, различие форм и последовательности действий в стандартных и нестандартных ситуациях, историю, теорию и практику рекламной и PR-деятельности в кросскультурном контексте, принципы планирования коммуникационных кампаний и мероприятий, принципы осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий, - современные методики, инновационных и информационных технологий в приобретении и использовании новых знаний и умений из смежных предметных областей, - современные методики, инновационных и информационных технологий в приобретении и использовании новых знаний и умений из смежных предметных областей, различие форм и последовательности действий в стандартных и нестандартных ситуациях.

Уметь: анализировать альтернативные варианты действий в нестандартных ситуациях, определять меру социальной и этической ответственности за принятые решения, разрабатывать рекламную и PR-продукцию с учётом кросскультурных особенностей, планировать коммуникационные кампании и мероприятия, осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия, пользоваться современными технологиями поиска и приобретения новых знаний и умений на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтническом и интернациональном окружении, анализировать альтернативные варианты действий в нестандартных ситуациях.

Владеть: целостной системой навыков действий в нестандартных ситуациях, прогнозирования результатов социальной и этической ответственности за принятые решения, навыками демонстрации методов, средств представления рекламной и PR-продукции, навыками планирования коммуникационных кампаний и мероприятий, навыками планирования коммуникационных кампаний и мероприятий, навыками применения современных методик, инновационных и информационных технологий в приобретении и использовании новых знаний и умений из смежных предметных областей, навыками защиты своих законных прав, в том числе прав личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтническом и интернациональном окружении, навыками действий в нестандартных ситуациях.

4. Содержание дисциплины

Предмет и содержание медиарилейшнз.

5. Общая трудоёмкость дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е. (72 часа).

6. Формы контроля: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Бизнес-планирование»

1. Цели и задачи дисциплины

1.1. Цель изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины – приобретение знаний и умений по обоснованию, разработке и созданию бизнес-плана организации, формированию общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления этого вида деятельности.

1.2. Задачи дисциплины

Основными задачами дисциплины являются:

- изучение основных требования к бизнес-плану и его составным частям;
- выработка умения самостоятельного составления бизнес-плана;

- выработка навыков в обработке экономических показателей функционирования фирмы, определении характеристик и тенденций рынка, использовании программных средств поддержки составления бизнес-плана;
- выработка навыков в составлении и экспертизе бизнес-планов проектов.
- приобретение умений и навыков использования теоретических знаний в практических ситуациях, а также формирования необходимых для профессиональной деятельности компетенций.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Бизнес-планирование» относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана, изучается в 3 семестре. Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данной дисциплины, формируются в процессе изучения следующих дисциплин: «Планирование и организация кампаний по рекламе и связям с общественностью», «Методологические проблемы современной науки».

Знания, умения и навыки, осваиваемые в процессе изучения данной дисциплины, составляют базу для овладения компетенциями на последующих этапах их освоения в процессе изучения дисциплин базовой и вариативной части учебного плана, а для успешного прохождения разных видов практики.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих профессиональных компетенций: способность самостоятельно принимать управленческие решения и нести за них ответственность (ПК-6); способность оценивать затраты и результаты деятельности организации (ПК-8); способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13); способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью (ПК-14) способность оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки (ПК-15); способность использовать элементы экономического анализа в практической деятельности и разрабатывать технико-экономические обоснования проектов (ПК-16); способность разрабатывать планы, программы и другие материалы прогнозно-аналитического характера (ПК-18).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные принципы принятия управленческих решений и ответственности за них; принципы составления бизнес-плана деятельности организации; принципы руководства созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации; принципы разработки бизнес-планов, проектов и стратегических концепций; шкалы оценки качества проектов на всех стадиях проектирования; основы использования основ элементов экономического анализа в практической деятельности и разработки технико-экономических обоснований проектов; основные элементы разработки различных материалов прогнозно-аналитического характера.

Уметь: осуществлять самостоятельное принятие управленческих решений и ответственности за них; разрабатывать бизнес-план организации; определять принципы руководства созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации; обосновывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью; применять современные методы реализации, контроля и корректировки для оценки качества и эффективности проектов; вести работу по планированию, программированию и созданию других материалов прогнозно-аналитического характера.

Владеть: навыками самостоятельного принятия управленческих решений и принятия ответственности за них; навыками и приёмами разработки бизнес-плана организации; навыками диагностики стратегических концепций и бизнес-планов проектов, заданий на их разработку, осуществления руководства проектной

деятельностью; современными методами реализации, контроля и корректировки для оценки качества и эффективности проектов; навыками использования основ элементов экономического анализа в практической деятельности и разработки технико-экономических обоснований проектов; системой разработки различных материалов прогнозно-аналитического характера.

4. Содержание дисциплины

Бизнес-план как основа реализации предпринимательской идеи. Бизнес-планирование как элемент экономической политики фирмы. Организация планирования бизнеса. Место и роль бизнес-плана при управлении бизнесом. Аналитические разделы типового бизнес-плана. Ключевые разделы типового бизнес-плана. Основные элементы бизнес-планирования. Технология бизнес-планирования. Управленческий бизнес-план. Бизнес-планы проектов и решения практических задач управления бизнесом.

5. Общая трудоёмкость дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е. (108 часов).

6. Формы контроля: экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Антикризисный менеджмент»

1. Цели и задачи дисциплины

1.1. Цель изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины – формирование у магистрантов навыков и умений эффективной профессиональной научно-исследовательской и аналитической деятельности в области антикризисного управления организациями различных форм собственности, в самостоятельном их применении, использовании в различных формах и направлениях. В процессе освоения дисциплины «Антикризисный менеджмент» магистранты должны овладеть современными способами антикризисного управления, методами диагностики банкротства, способами разработки стратегии антикризисного управления в области маркетинговой, инвестиционной, финансовой деятельности, а также в области управления персоналом.

1.2. Задачи дисциплины

Основными задачами дисциплины являются:

- изучение сущности кризисных явлений;
- освоение технологий исследования причин кризисных явлений;
- освоение методов предупреждения кризисов;
- изучение технологий разработки программ выведения предприятия из кризисной ситуации;
- формирование правовой осведомленности о содержании процедур банкротства;
- формирование представлений о возможностях практического использования полученных теоретических знаний по антикризисному управлению.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Антикризисный менеджмент» относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана, изучается в 1 семестре. Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данной дисциплины, формируются в процессе изучения следующих дисциплин: «Планирование и организация кампаний по рекламе и связям с общественностью», «Методологические проблемы современной науки».

Знания, умения и навыки, осваиваемые в процессе изучения данной дисциплины, составляют базу для овладения компетенциями на последующих этапах их освоения в процессе изучения дисциплин «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах», «Репутационный менеджмент», «Работа с клиентурой», а также для успешного прохождения разных видов практики.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу, способность совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень (ОК-1); готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2); способность руководить осуществлением профессиональных функций 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 (ОПК-1); способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2); способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность (ПК-1); способность осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий (ПК-2); способность самостоятельно принимать управленческие решения и нести за них ответственность (ПК-6); способность разрабатывать эффективную стратегию и формировать политику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях (ПК-7); способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12); способность оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки (ПК-15).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: методы абстрактного мышления при установлении истины, методы научного исследования путем мысленного расчленения объекта (анализ) и путем изучения предмета в его целостности, единстве его частей (синтез); определение понятий социальной и этической ответственности при принятии решений, различие форм и последовательности действий в стандартных и нестандартных ситуациях; основные парадигмы и проблематику осуществлением профессиональных функций 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; принципы планирования коммуникационных кампаний и мероприятий; современные методики и технологии управления процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечения их качества и эффективности; основные принципы осуществления корректировки и контроля коммуникационных программ и мероприятий; ведущие направления современной системы корректировки и контроля коммуникационных программ и мероприятий; основные принципы принятия управленческих решений и ответственности за них; ключевые принципы разработки эффективной стратегии и формирования политики риск-менеджмента на предприятии; правила оперативного принятия решения в кризисных ситуациях; основные принципы проектирования, планирования, подготовки и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий; шкалы оценки качества проектов на всех стадиях проектирования.

Уметь: с использованием методов абстрактного мышления, анализа и синтеза анализировать альтернативные варианты решения исследовательских задач и оценивать эффективность реализации этих вариантов; анализировать альтернативные варианты действий в нестандартных ситуациях, определять меру социальной и этической ответственности за принятые решения; выявлять методы руководства осуществлением профессиональных функций в области РиСО в различных сферах; планировать коммуникационные кампании и мероприятия; применять современные методики и

технологии управления процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечения их качества и эффективности; - осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий; выбирать организационные формы корректировки и контроля коммуникационных программ и мероприятий; осуществлять самостоятельное принятие управленческих решений и ответственности за них; разрабатывать и применять эффективную стратегию и формировать политику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях; определять стратегические цели руководства всеми этапами коммуникационных кампаний и мероприятий; применять современные методы реализации, контроля и корректировки для оценки качества и эффективности проектов.

Владеть: целостной системой навыков использования абстрактного мышления при решении проблем, возникающих при выполнении исследовательских работ, навыками отстаивания своей точки зрения; целостной системой навыков действий в нестандартных ситуациях, прогнозирования результатов социальной и этической ответственности за принятые решения; навыками анализа различных типов руководства профессиональных функций в различных профессиональных сферах РиСО; навыками планирования коммуникационных кампаний и мероприятий; навыками использования современных методик и технологий управления процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечения их качества и эффективности; понятийным аппаратом корректировки и контроля коммуникационных программ и мероприятий; навыками самостоятельного принятия управленческих решений и принятия ответственности за них; навыками и приёмами разработки эффективной стратегии и формирования политики риск-менеджмента на предприятии; навыками и приёмами оперативного принятия решения в кризисных ситуациях; навыками стратегического целеполагания; современными методами реализации, контроля и корректировки для оценки качества и эффективности проектов.

4. Содержание дисциплины

Введение в антикризисный менеджмент. Возникновение кризисов в организации. Стратегия и тактика антикризисного управления. Ключевые факторы антикризисного управления. Государственное антикризисное регулирование. Циклическое развитие экономики. Методологические основы научного познания и творчества. Методологические основы научного познания и творчества (ТРИЗ). Типовые организационные структуры предприятий. Экономический и правовой механизмы антикризисного управления. Маркетинг в антикризисном менеджменте. Социальные факторы антикризисного управления. Антикризисное управление персоналом организации. Кризисные коммуникации. Программы антикризисных коммуникаций. Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса. Технологии предотвращения экстремальных ситуаций.

5. Общая трудоёмкость дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 з.е. (144 часов).

6. Формы контроля: экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Методы социологических исследований»

1. Цель и задачи изучения дисциплины

1.1. Цель изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины является ознакомление студентов с понятием социального поведения, стратификации, методикой проведения социологических исследований. Дисциплина может быть полезна для определения целевых групп общественности и работы с ними.

1.2. Задачи дисциплины

Основными задачами дисциплины являются:

- Изучение основных законов и концепций социологии как науки.
- Формирование представлений о роли социологии в деятельности специалиста в области рекламы и СО.
- Изучение глобальных законов стратификации.
- Изучение теории о социальных группах общества.
- Владение основными методами и приемами социологических исследований.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы магистратуры

Дисциплина «Методы социологических исследований» включена в вариативную часть Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана, изучается в 2 семестре. Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данной дисциплины, формируются в процессе предшествующего уровня образования.

Знания, умения и навыки, осваиваемые в процессе изучения данной дисциплины, составляют базу для овладения компетенциями на последующих этапах их освоения в процессе изучения дисциплин базовой и вариативных частей, а также для успешного прохождения разных видов практики.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3); способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных (ОПК-7); способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга (ПК-10); способность руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований (ПК-17); способность разрабатывать планы, программы и другие материалы прогнозно-аналитического характера (ПК-18); способность осуществлять консультирование по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций (ПК-19).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: определение понятий саморазвития, самореализации и творческого потенциала, различие форм и последовательности действий в стандартных и нестандартных ситуациях, современные методики, инновационных и информационных технологий в приобретении и использовании новых знаний и умений из смежных предметных областей, основные направления развития менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга, правила подготовки и проведения конкретных количественных и качественных исследований, основные элементы разработки различных материалов прогнозно-аналитического характера, основные принципы консалтинга в различных сферах, цикл РиСО, профессиональные компетенции

Уметь: реализовать свой творческий потенциал, определять степень применения навыков саморазвития, самореализации и использования творческого потенциала, пользоваться современными технологиями поиска и приобретения новых знаний и умений, определять основные направления развития менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга, готовиться к руководству подготовкой и проведением количественных и качественных исследований, вести работу по планированию, программированию и созданию других материалов прогнозно-аналитического характера, организовывать консультирование по различным вопросам рекламы и связей с общественностью.

Владеть: целостной системой навыков саморазвития, самореализации и использования творческого потенциала, навыками применения современных методик, инновационных и информационных технологий в приобретении и использовании новых знаний и умений из смежных предметных областей, навыками выявления основных направлений развития менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга, навыками руководства подготовкой и проведением количественных и качественных исследований, системой разработки различных материалов прогнозно-аналитического характера, навыками управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций.

4. Содержание дисциплины

Предмет и метод социологического исследования Общество как социологическая категория. Программа эмпирических исследований. Опрос. Анкетирование. Выборочный метод. Интервью. Анализ документов. Методика интервью в социологических исследованиях.

5. Общая трудоёмкость дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е. (108 часов).

6. Формы контроля: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Взаимоотношения с государственными структурами и технология лоббизма»

1. Цели и задачи дисциплины

1.1. Цель изучения дисциплины

Цель освоения дисциплины – выработка умений работать с государственными структурами, планирование и организация взаимодействия с ними, лоббирование интересов компании в органах государственной власти

1.2. Задачи дисциплины

- проанализировать различные концепции и подходы к современному лоббизму и взаимодействию с государственными структурами;
- усвоить сущность понятий: лоббирование, government relations;
- выявить особенности взаимодействия с государственными структурами и технологий лоббирования

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана, изучается в 3 семестре. Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данной дисциплины, формируются в процессе предшествующего уровня образования, а также в процессе изучения курса «Планирование и организация кампаний по рекламе и связям с общественностью».

Знания, умения и навыки, осваиваемые в процессе изучения данной дисциплины, составляют базу для овладения компетенциями на последующих этапах их освоения в процессе изучения дисциплин базовой и вариативных частей, а также для успешного прохождения разных видов практики.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1); способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОПК-7); способность к выработке нестандартных решений (ПК-9); способность оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки (ПК-15); способность разрабатывать планы, программы и другие материалы прогнозно-аналитического характера (ПК-18).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: методы абстрактного мышления при установлении истины, методы научного исследования путем мысленного расчленения объекта (анализ) и путем изучения предмета в его целостности, единстве его частей (синтез), современные методики, инновационных и информационных технологий в приобретении и использовании новых знаний и умений из смежных предметных областей, различие форм и последовательности действий в стандартных и нестандартных ситуациях, шкалы оценки качества проектов на всех стадиях проектирования, основные элементы разработки различных материалов прогнозно-аналитического характера.

Уметь: с использованием методов абстрактного мышления, анализа и синтеза анализировать альтернативные варианты решения исследовательских задач и оценивать эффективность реализации этих вариантов, пользоваться современными технологиями поиска и приобретения новых знаний и умений, анализировать альтернативные варианты действий в нестандартных ситуациях, применять современные методы реализации, контроля и корректировки для оценки качества и эффективности проектов, вести работу по планированию, программированию и созданию других материалов прогнозно-аналитического характера.

Владеть: целостной системой навыков использования абстрактного мышления при решении проблем, возникающих при выполнении исследовательских работ, навыками отстаивания своей точки зрения, навыками применения современных методик, инновационных и информационных технологий в приобретении и использовании новых знаний и умений из смежных предметных областей, навыками действий в нестандартных ситуациях, современными методами реализации, контроля и корректировки для оценки качества и эффективности проектов, системой разработки различных материалов прогнозно-аналитического характера.

4. Содержание дисциплины

Возникновение и эволюция связей с общественностью в органах государственной власти. Government Relations (GR) – новая система «взаимодействия с правительством». История лоббизма. Технологии лоббистской деятельности. Законодательное регулирование лоббизма

5. Общая трудоёмкость дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е. (108 часов).

6. Формы контроля: зачёт.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Работа с клиентурой»

1. Цели и задачи дисциплины

1.1. Цель изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины – изучение теоретических и практических аспектов управления взаимоотношениями с клиентами и на этой основе формирование навыков у студентов по разработке конкретных рекомендаций, направленных на повышение эффективности управления проектами с позиций: системного подхода к управлению; всестороннего анализа внутренней ситуации и окружения системы.

1.2. Задачи дисциплины

Основными задачами дисциплины являются:

- изучение студентами сущности управления взаимоотношениями с клиентами;
- освоение методов и форм организации управления взаимоотношениями с клиентами;
- исследование методик управления взаимоотношениями с клиентами;
- формирование теоретических и практических навыков по использованию основных приемов управления взаимоотношениями с клиентами;
- приобретение способностей по выявлению основных направлений повышения эффективности управления проектами за счет управления взаимоотношениями с клиентами.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Работа с клиентурой» относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана, изучается в 3 семестре. Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данной дисциплины, формируются в процессе изучения следующих дисциплин: «Планирование и организация кампаний по рекламе и связям с общественностью», «Методологические проблемы современной науки».

Знания, умения и навыки, осваиваемые в процессе изучения данной дисциплины, составляют базу для овладения компетенциями на последующих этапах их освоения в процессе изучения дисциплин «Практика взаимодействия со СМИ», «Основы корпоративной культуры», «Организация работы пресс-службы», а также для успешного прохождения разных видов практики.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общепрофессиональных и профессиональных компетенций: способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-4); способность вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов (ОПК-4); владение методами делового общения в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран (ОПК-6); способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОПК-7); способность работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность (ПК-5).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: новые методы исследования, новую сферу профессиональной деятельности в образовательном процессе; основы организации форм работы в устной и письменной формах на иностранном языке; основы организации форм делового общения в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран; современные методики, инновационных и информационных технологий в приобретении и использовании новых знаний и умений из смежных предметных областей; основные принципы работы с персоналом, оценки производительности и качества его труда, устранения конфликтов, обеспечения сплоченности коллектива, толерантности.

Уметь: проявить самостоятельность в освоении и использовании новых методов исследования; составлять речевые произведения (мини-сочинения, эссе, диалоги) по темам дисциплины в устной и письменной формах на русском и иностранном языках; составлять различные сценарии делового общения в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран; пользоваться современными технологиями поиска и приобретения новых знаний и

умений; осуществлять работу с персоналом, оценку производительности и качества его труда, устранение конфликтов, обеспечение сплоченности коллектива, толерантности.

Владеть: новыми методами исследования и использовать их в образовательном процессе; коммуникативными навыками в процессе профессионального взаимодействия; навыками установления делового общения в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран; навыками применения современных методик, инновационных и информационных технологий в приобретении и использовании новых знаний и умений из смежных предметных областей; навыками работы с персоналом, оценки производительности и качества его труда, устранения конфликтов, обеспечения сплоченности коллектива, толерантности.

4. Содержание дисциплины

Сущность, виды, функции управления взаимоотношениями с клиентами. Управление лояльностью клиентов. Эффективное управление персоналом для наилучшего обслуживания клиентов. Эффективность управления взаимоотношения с клиентами. Маркетинг отношений: сущность, подходы, специфика. Автоматизация процесса управления взаимоотношения с клиентами. Перспективы развития управления взаимоотношениями с клиентами.

5. Общая трудоёмкость дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е. (72 часа).

6. Формы контроля: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Репутационный менеджмент»

1. Цели и задачи дисциплины

1.1. Цель изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины – выработать у студентов представление о сущности делового имиджа компании, как универсальной деятельности по проектированию репутационной политики, а также ознакомить студентов с современными репутационными технологиями и дать навыки использования коммуникационных средств и коммуникативных приемов в корпоративном репутационном PR..

1.2. Задачи дисциплины

- сформировать концептуальные и методологические знания о репутационном менеджменте;
- развить умение самостоятельно выбирать эффективную стратегию управления корпоративной репутацией;
- сформировать навык мониторинга коммуникационного окружения компании и проводить репутационный аудит организации
- освоить практические навыки формирования рекламных и PR- программ формирования имиджа;
- запускать и обеспечивать сопровождение стратегии управления, продвижения или корректировки репутации организации;
- управлять репутацией первого лица организации

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Репутационный менеджмент» относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана, изучается в 3 семестре. Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данной дисциплины, формируются в процессе изучения следующих дисциплин: «Планирование и организация кампаний по рекламе и связям с общественностью», «Методологические проблемы современной науки».

Знания, умения и навыки, осваиваемые в процессе изучения данной дисциплины, составляют базу для овладения компетенциями на последующих этапах их освоения в

процессе изучения дисциплин «Практика взаимодействия со СМИ», «Основы корпоративной культуры», «Организация работы пресс-службы», а также для успешного прохождения разных видов практики.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общепрофессиональных и профессиональных компетенций: способность руководить осуществлением профессиональных функций 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 (ОПК-1); способность разрабатывать эффективную стратегию и формировать политику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях (ПК-7); способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга (ПК-10); способность разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов (ПК-11); способность осуществлять консультирование по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций (ПК-19).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: современные методы решения задач в профессиональной сфере, особенности развития и перераспределения коммуникативных потоков, принципы использования интегрированных коммуникаций в местных, региональных и глобальных процессах; теорию планирования управления и контроля производственных процессов и информационных потоков; ключевые принципы разработки эффективной стратегии и формирования политики риск-менеджмента на предприятии; правила оперативного принятия решения в кризисных ситуациях; основные направления развития менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга; особенности организации инновационной деятельности и инновационного проектирования; основные принципы консалтинга в различных сферах, цикл РиСО, профессиональные компетенции.

Уметь: использовать методы руководства осуществлением профессиональных функций в области РиСО в различных сферах; разрабатывать эффективную стратегию и формировать политику риск-менеджмента на предприятии; оперативно принимать решения в кризисных ситуациях; определять основные направления развития менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга; организовывать консультирование по различным вопросам рекламы и связей с общественностью.

Владеть: современными методиками обучения различным типам руководства профессиональных функций в различных профессиональных сферах РиСО; навыками и приемами разработки эффективной стратегии и формирования политики риск-менеджмента на предприятии; навыками и приемами оперативного принятия решения в кризисных ситуациях; навыками выявления основных направлений развития менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга; навыками управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций.

4. Содержание дисциплины

Репутационный менеджмент как особая разновидность ПР-деятельности. Корпоративная культура как основа для построения репутации. Имидж и репутация. Стратегии защиты репутации на этапе «до». Стратегии защиты репутации на этапе «после». Имидж руководителя предприятия. КСО в системе репутационного менеджмента. Репутация в информационном пространстве.

5. Общая трудоёмкость дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е. (72 часа).

6. Формы контроля: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Рекламоведение»

1. Цели и задачи дисциплины

1.1. Цель изучения дисциплины

Цель освоения дисциплины – углубление знаний об основных понятиях рекламы

1.2. Задачи дисциплины

- проанализировать различные концепции и подходы выделения понятий рекламы;
- усвоить сущность понятий: рекламные технологии, рекламный продукт
- выявить особенности рекламных процессов в различных областях жизни.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана, изучается в 3 семестре. Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данной дисциплины, формируются в процессе предшествующего уровня образования, а также при изучении дисциплин «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах», «Планирование и организация кампаний по рекламе и связям с общественностью».

Знания, умения и навыки, осваиваемые в процессе изучения данной дисциплины, составляют базу для овладения компетенциями на последующих этапах их освоения в процессе изучения дисциплин базовой и вариативных частей, а также для успешного прохождения разных видов практики.

5. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общепрофессиональных и профессиональных компетенций:

способность руководить осуществлением профессиональных функций 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 (ОПК-1); способность нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности (ОПК-9); способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность (ПК-1); способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга (ПК-10); способность разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов (ПК-11).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: современные методы решения задач в профессиональной сфере, особенности развития и перераспределения коммуникативных потоков, принципы использования интегрированных коммуникаций в местных, региональных и глобальных процессах; теорию планирования управления и контроля производственных процессов и информационных потоков, уровни персональной ответственности за результаты своей профессиональной деятельности, современные методики и технологии управления процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечения их качества и эффективности, технологии применения перспективных теорий и приёмов в сфере рекламы и связей с общественностью, особенности организации инновационной деятельности и инновационного проектирования.

Уметь: использовать методы руководства осуществлением профессиональных функций в области РиСО в различных сферах, учитывать степень персональной ответственности за результаты своей профессиональной деятельности, применять современные методики и технологии управления процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных

программ и мероприятий, обеспечения их качества и эффективности, применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга через призму РиСО, осуществлять инновационную деятельность и инновационное проектирование.

Владеть: современными методиками обучения различным типам руководства профессиональных функций в различных профессиональных сферах РиСО, навыками персональной ответственности за результаты своей профессиональной деятельности, навыками использования современных методик и технологий управления процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечения их качества и эффективности, навыками применения перспективных теорий и приёмов менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга, основными методами, способами и средствами инновационной деятельности и инновационного проектирования

4. Содержание дисциплины

Средства распространения и размещения рекламы. Рекламная кампания и медиапланирование. Средства распространения и размещения рекламы. Медиапланирование. Эффективность рекламного продукта. Рекламный текст и его компоненты. Интралингвистические особенности рекламного текста. Стилистика рекламного текста

5. Общая трудоёмкость дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е. (72 часа).

6. Формы контроля: зачёт.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «PR-технологии»

1. Цели и задачи дисциплины

1.1. Цель изучения дисциплины

Цель освоения дисциплины – выработка знаний о конкретных PR-технологиях и умения применять их в конкретных ситуациях.

1.2. Задачи дисциплины

- проанализировать различные концепции и подходы выделения PR-технологий;
- усвоить сущность понятий: технологи PR;
- выявить особенности PR-технологий в различных областях жизни.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана, изучается в 3 семестре. Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данной дисциплины, формируются в процессе предшествующего уровня образования, а также при изучении дисциплин «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах», «Планирование и организация кампаний по рекламе и связям с общественностью».

Знания, умения и навыки, осваиваемые в процессе изучения данной дисциплины, составляют базу для овладения компетенциями на последующих этапах их освоения в процессе изучения дисциплин базовой и вариативных частей, а также для успешного прохождения разных видов практики.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общепрофессиональных и профессиональных компетенций: способность руководить осуществлением профессиональных функций 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 (ОПК-1); способность нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности (ОПК-9); способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность (ПК-1); способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга (ПК-10); способность разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов (ПК-11).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: современные методы решения задач в профессиональной сфере, особенности развития и перераспределения коммуникативных потоков, принципы использования интегрированных коммуникаций в местных, региональных и глобальных процессах; теорию планирования управления и контроля производственных процессов и информационных потоков, уровни персональной ответственности за результаты своей профессиональной деятельности, современные методики и технологии управления процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечения их качества и эффективности, технологии применения перспективных теорий и приёмов в сфере рекламы и связей с общественностью, особенности организации инновационной деятельности и инновационного проектирования.

Уметь: использовать методы руководства осуществлением профессиональных функций в области РиСО в различных сферах, учитывать степень персональной ответственности за результаты своей профессиональной деятельности, применять современные методики и технологии управления процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечения их качества и эффективности, применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга через призму РиСО, осуществлять инновационную деятельность и инновационное проектирование.

Владеть: современными методиками обучения различным типам руководства профессиональных функций в различных профессиональных сферах РиСО, навыками персональной ответственности за результаты своей профессиональной деятельности, навыками использования современных методик и технологий управления процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечения их качества и эффективности, навыками применения перспективных теорий и приёмов менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга, основными методами, способами и средствами инновационной деятельности и инновационного проектирования

4. Содержание дисциплины

PR-стратегии в различных видах деятельности. Политические PR-технологии. Государственные PR-технологии. PR-технологии в бизнесе. Финансовые PR-технологии. Негативные PR-технологии. Антикризисные стратегии. Кризисные коммуникации

5. Общая трудоёмкость дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е. (72 часа).

6. Формы контроля: зачёт.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Профессиональная риторика»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1. Цели изучения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Профессиональная риторика» является изучение

путей, способов и правил составления письменных и устных речевых произведений в профессиональной сфере общения.

1.2. Задачи изучения дисциплины

- проанализировать различные концепции и подходы к речевому воздействию;
- усвоить сущность понятий: риторический канон, прагматика убеждения;
- выявить особенности создания текстов любого типа.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Профессиональная риторика» относится к дисциплинам по выбору вариативной части, изучается в 1 семестре. Компетенции, приобретенные в результате освоения данной дисциплины, позволяют обучающимся успешно развивать свои профессиональные знания, умения и навыки в процессе производственной и преддипломной практик и научно-исследовательской работы, а также в процессе подготовки к государственной итоговой аттестации.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3); владение корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках (ОПК-3); владение техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках (ОПК-5); способность к выработке нестандартных решений (ПК-9); способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга (ПК-10).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен

знать: определение понятий саморазвития, самореализации и творческого потенциала, различие форм и последовательности действий в стандартных и нестандартных ситуациях; основы организации форм работы в устной и письменной формах на русском и иностранном языках; основы организации форм профессиональных контактов и развития профессионального общения (в том числе на иностранных языках); различие форм и последовательности действий в стандартных и нестандартных ситуациях; основные направления развития менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга;

уметь: реализовать свой творческий потенциал, определять степень применения навыков саморазвития, самореализации и использования творческого потенциала; составлять речевые произведения (мини-сочинения, эссе) по темам дисциплины в устной и письменной формах на русском и иностранном языках I; составлять различные сценарии установления профессиональных контактов и развития профессионального общения (в том числе на иностранных языках); анализировать альтернативные варианты действий в нестандартных ситуациях; определять основные направления развития менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга;

владеть: целостной системой навыков саморазвития, самореализации и использования творческого потенциала; коммуникативными навыками в процессе профессионального взаимодействия; навыками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках в процессе профессионального взаимодействия; навыками действий в нестандартных ситуациях; навыками выявления основных направлений развития менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга.

4. Содержание дисциплины

Риторика как наука и искусство. Риторика и СО. Роды и виды ораторского искусства. Риторический канон. Методические основы ораторского искусства. Техника речи. Взаимодействие оратора и аудитории. Правила убеждения. Основы ведения беседы. Эристика: искусство спора. Речевая агрессия.

5. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е. (108 часов).

6. Формы контроля: зачет.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Филологическое обеспечение связей с общественностью»

1. Цель и задачи изучения дисциплины

1.1. Цель изучения дисциплины

Цели изучения дисциплины - получить представление о структуре и механизмах функционирования профессиональной деятельности в области связей с общественностью, понять взаимосвязь профессиональных коммуникаций и филологии.

1.2. Задачи дисциплины:

- установить связь филологических дисциплин (таких, как «Риторика», «Теория коммуникации», «Теория текста», «Современный русский язык» и др).
- научить создавать рекламные и PR-тексты,

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы.

Дисциплина «Филологическое обеспечение связей с общественностью» относится к вариативной части Блока 1 и изучается как дисциплина по выбору в 1 семестре. Данная дисциплина базируется на компетенциях, сформированных на предшествующих уровнях образования. Знания, полученные в ходе изучения дисциплины, необходимы для прохождения практик, выполнения выпускной квалификационной работы. Компетенции, приобретенные в результате освоения данной дисциплины, позволяют обучающимся успешно развивать свои профессиональные знания, умения и навыки в научно-исследовательской работе, а также в процессе подготовки к государственной итоговой аттестации.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3); владение корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках (ОПК-3); владение техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках (ОПК-5); способность к выработке нестандартных решений (ПК-9); способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга (ПК-10).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен

знать: определение понятий саморазвития, самореализации и творческого потенциала, различие форм и последовательности действий в стандартных и нестандартных ситуациях; основы организации форм работы в устной и письменной формах на русском и иностранном языках; основы организации форм профессиональных контактов и развития профессионального общения (в том числе на иностранных языках); различие форм и последовательности действий в стандартных и нестандартных ситуациях; основные направления развития менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга;

уметь: реализовать свой творческий потенциал, определять степень применения навыков саморазвития, самореализации и использования творческого потенциала; составлять речевые произведения (мини-сочинения, эссе) по темам дисциплины в устной и письменной формах на русском и иностранном языках; составлять различные сценарии установления профессиональных контактов и развития профессионального общения (в том числе на иностранных языках); анализировать альтернативные варианты действий в нестандартных ситуациях; определять основные направления развития менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга;

владеть: целостной системой навыков саморазвития, самореализации и использования творческого потенциала; коммуникативными навыками в процессе

профессионального взаимодействия; навыками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках в процессе профессионального взаимодействия; навыками действий в нестандартных ситуациях; навыками выявления основных направлений развития менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга.

4. Содержание дисциплины

Филологическая основа PR. PR и теория коммуникации. PR и культура речи. PR и теория текста. PR и стилистика русского языка. PR и дисциплины литературоведческого цикла.

5. Общая трудоёмкость дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е. (108 часов).

6. Формы контроля: зачет.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Коммуникативные стратегии в современном мире (Адаптационная специализированная дисциплина)»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1. Цель изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины – систематизировать и охарактеризовать коммуникативные стратегии и тактики, используемые в различных сферах, подготовить магистрантов к будущей профессиональной деятельности.

1.2. Задачи дисциплины

- определить оптимальную теоретическую базу, терминологический инструментарий и методику исследования современных коммуникативных стратегий и тактик.
- определить основные и вспомогательные коммуникативные стратегии,
- охарактеризовать речевые стратегии и тактики как конкретные способы создания точки зрения на событие, выявить виды трансляции авторской позиции.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Коммуникативные стратегии в современном мире (Адаптационная специализированная дисциплина)» относится к дисциплинам по выбору вариативной части в 1 семестре. Компетенции, приобретенные в результате освоения данной дисциплины, позволяют обучающимся успешно развивать свои профессиональные знания, умения и навыки в процессе производственной и преддипломной практик и научно-исследовательской работы, а также в процессе подготовки к государственной итоговой аттестации.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2); владение методами делового общения в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран (ОПК-6); способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12).

В результате освоения дисциплины студент должен

знать: принципы планирования коммуникационных кампаний и мероприятий; основы организации форм делового общения в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран; основные принципы проектирования, планирования, подготовки и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий;

уметь: планировать коммуникационные кампании и мероприятия; составлять различные сценарии делового общения в интернациональной среде, способностью

использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран; определять стратегические цели руководства всеми этапами коммуникационных кампаний и мероприятий;

владеть: навыками планирования коммуникационных кампаний и мероприятий; навыками установления делового общения в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран; навыками стратегического целеполагания.

4. Содержание дисциплины

Понятие речевого воздействия. Языковая манипуляция. Коммуникативные стратегии и тактики. Основные и вспомогательные коммуникативные стратегии. Целеполагание как одна из основных категорий прагмалингвистики. Коммуникативные стратегии в сфере «культурной дипломатии».

5. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е. (108 часов).

6. Формы контроля: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Основы корпоративной культуры»

1. Цели и задачи дисциплины

1.1. Цель изучения дисциплины

Цель освоения дисциплины – выработка умений работать в коллективе, следовать принципам и правилам, выработанным в коллективе

1.2. Задачи дисциплины

- проанализировать различные концепции и подходы выделения понятия корпоративной культуры;
- усвоить сущность понятия корпоративная культура
- выявить особенности функционирования корпоративной культуры

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана, изучается во 2 семестре. Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данной дисциплины, формируются в процессе предшествующего уровня образования, а также при изучении дисциплины «Планирование и организация кампаний по рекламе и связям с общественностью».

Знания, умения и навыки, осваиваемые в процессе изучения данной дисциплины, составляют базу для овладения компетенциями на последующих этапах их освоения в процессе изучения дисциплин базовой и вариативных частей, а также для успешного прохождения разных видов практики.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общепрофессиональных и профессиональных компетенций: готовность на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтническом и интернациональном окружении (ОПК-8), способность нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности (ОПК-9); профессиональных компетенций: способность управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность (ПК-4); способность работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность (ПК-5); способность осуществлять консультирование по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере (ПК-19).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основы защиты своих законных прав, в том числе прав личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтничном и интернациональном окружении, уровни персональной ответственности за результаты своей профессиональной деятельности, основные принципы управления деятельностью коллектива, планирования его работы, обеспечения ее эффективности, основные принципы работы с персоналом, оценки производительности и качества его труда, устранения конфликтов, обеспечения сплоченности коллектива, толерантности, основные принципы консалтинга в различных сферах, цикл РиСО, профессиональные компетенции.

Уметь: на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтничном и интернациональном окружении, учитывать степень персональной ответственности за результаты своей профессиональной деятельности, осуществлять управление деятельностью коллектива, планирование его работы, обеспечение ее эффективности, осуществлять работу с персоналом, оценку производительности и качества его труда, устранение конфликтов, обеспечение сплоченности коллектива, толерантности, организовывать консультирование по различным вопросам рекламы и связей с общественностью.

Владеть: навыками защиты своих законных прав, в том числе прав личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтничном и интернациональном окружении, навыками персональной ответственности за результаты своей профессиональной деятельности, навыками управления деятельностью коллектива, планирования его работы, обеспечения ее эффективности, навыками работы с персоналом, оценки производительности и качества его труда, устранения конфликтов, обеспечения сплоченности коллектива, толерантности, навыками управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций.

4. Содержание дисциплины

Корпоративная культура и её роль в организации. Понятие «корпоративная культура». Модели корпоративной культуры. Стиль руководства и корпоративная культура. Миссия и видение. Кредо и корпоративная философия. Корпоративные средства коммуникации и информации. История и легенда. Роль PR-службы в корпорации. Обряды, ритуалы, церемонии и корпоративные мероприятия.

5. Общая трудоёмкость дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е. (108 часов).

6. Формы контроля: зачёт.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Основы работы пресс-службы»

1. Цели и задачи дисциплины

1.1. Цель изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины – структура и принципы организации работы современной пресс-службы

1.2. Задачи дисциплины

- усвоить сущность, формы и методы работы пресс-службы,
- выявить особенности функционирования современной пресс-службы

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Организация работы пресс-службы» относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)», изучается во 2 семестре. Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данной дисциплины, формируются в процессе предшествующего уровня образования.

Знания, умения и навыки, осваиваемые в процессе изучения данной дисциплины, составляют базу для овладения компетенциями на последующих этапах их освоения в

процессе изучения дисциплин базовой и вариативных частей, а также для успешного прохождения разных видов практики.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общепрофессиональных и профессиональных компетенций: готовность на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтническом и интернациональном окружении (ОПК-1); способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2); способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13); способность оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки (ПК-15); способность разрабатывать планы, программы и другие материалы прогнозно-аналитического характера (ПК-18); способность осуществлять консультирование по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере (ПК-19).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: систему защиты своих законных прав, в том числе прав личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтническом и интернациональном окружении, принципы планирования коммуникационных кампаний и мероприятий, принципы руководства созданием эффективности коммуникационной инфраструктуры организации, шкалы оценки качества проектов на всех стадиях проектирования, основные элементы разработки различных материалов прогнозно-аналитического характера, основные принципы консалтинга в различных сферах, цикл РиСО, профессиональные компетенции.

Уметь: на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтническом и интернациональном окружении, планировать коммуникационные кампании и мероприятия, определять принципы руководства созданием эффективности коммуникационной инфраструктуры организации, применять современные методы реализации, контроля и корректировки для оценки качества и эффективности проектов, вести работу по планированию, программированию и созданию других материалов прогнозно-аналитического характера, организовывать консультирование по различным вопросам рекламы и связей с общественностью.

Владеть: системой навыков защиты своих законных прав, в том числе прав личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтническом и интернациональном окружении, навыками планирования коммуникационных кампаний и мероприятий, приёмами и технологиями руководства созданием эффективности коммуникационной инфраструктуры организации, современными методами реализации, контроля и корректировки для оценки качества и эффективности проектов, системой разработки различных материалов прогнозно-аналитического характера, навыками управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций.

4. Содержание дисциплины

Общая характеристика современных российских государственных пресс-служб. Пресс-служба как социальный институт общества. Структура пресс-службы. Организация работы пресс-центра. Различные виды работы информационной структуры. Особенности деятельности информационных структур государственных учреждений различной направленности. Аккредитация журналистов. Структура региональной пресс-службы и её ресурсное обеспечение. Основные направления работы пресс-службы

5. Общая трудоёмкость дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е. (72 часа).

6. Формы контроля: зачёт.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Профессиональная этика и этикет»

1. Цели и задачи освоения дисциплины

1.1. Цель изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины «Профессиональная этика и этикет» является подготовка специалистов, владеющих знаниями о профессии «Связи с общественностью», этике сферы бизнеса, рекламы, управленческой этике, типах партнерских отношений специалистов по связям с общественностью и умеющих их использовать в практической деятельности.

1.2. Задачи дисциплины

Основными задачами дисциплины являются:

- понимание предмета, принципов, категорий профессиональной этики;
- усвоение и систематизация основных знаний об этике как науке и явлении духовной культуры;
- развитие представлений о профессиональной культуре специалиста по связям с общественностью;
- углубление знаний о нормативных образцах личности, профессии «Связи с общественностью», этике сферы бизнеса и рекламы;
- ориентация в вопросах управленческой этики, типах партнерских отношений специалистов по связям с общественностью;
- изучение бизнес-этикета и овладение навыками этикетного общения;
- приобретение умений организовывать и проводить официальные мероприятия;
- знание этических принципов, правил и норм поведения в высшем учебном заведении.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина входит в вариативную часть Блока 1 учебного плана, изучается во 2 семестре. Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данной дисциплины, формируются в процессе предшествующего уровня образования.

Знания, умения и навыки, осваиваемые в процессе изучения данной дисциплины, составляют базу для овладения компетенциями на последующих этапах их освоения в процессе изучения дисциплин базовой и вариативных частей, а также для успешного прохождения разных видов практики.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: способность воспринимать различия этнических особенностей, традиций и культур, самостоятельно работать в кросс-культурном пространстве и на международном уровне (ОК-6); владение методами делового общения в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран (ОПК-6); готовность на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтничном и интернациональном окружении (ОПК-8); способность работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность (ПК-5); способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: историю, теорию и практику рекламной и PR-деятельности в кросскультурном контексте; основы организации форм делового общения в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран; основы защиты своих законных прав, в том числе прав личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтничном и

интернациональном окружении; основные принципы работы с персоналом, оценки производительности и качества его труда, устранения конфликтов, обеспечения сплоченности коллектива, толерантности; принципы руководства созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.

Уметь: разрабатывать рекламную и PR-продукцию с учётом кросскультурных особенностей; составлять различные сценарии делового общения в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран; на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтничном и интернациональном окружении; осуществлять работу с персоналом, оценку производительности и качества его труда, устранение конфликтов, обеспечение сплоченности коллектива, толерантности; определять принципы руководства созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.

Владеть: навыками демонстрации методов, средств представления рекламной и PR-продукции; навыками установления делового общения в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран; навыками защиты своих законных прав, в том числе прав личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтничном и интернациональном окружении; навыками работы с персоналом, оценки производительности и качества его труда, устранения конфликтов, обеспечения сплоченности коллектива, толерантности.

4. Содержание дисциплины

Введение в предмет. Цели и задачи дисциплины. Природа и сущность деловой этики. Принципы деловой этики. Профессиональная мораль как специфический регулятор поведения. Ценностная природа морали. Этика деятельности организаций. Профессиональные этические кодексы. Этика деятельности руководителя. Нравственные основания рекламной и PR деятельности в современном мире. Этика и нравственные ограничения рекламы. Этика PR и рекламы в эру технологий. Этика рекламы в сети Интернет. Особенности профессиональной этики. PR в системе профессиональной морали. Теоретические модели и основные способы аргументации в современной этике. Этика дискурса, нарративная теория Макинтайра. Императивы и ценности пострациональной морали. «Человек порядочный» как нравственный идеал грядущего общества. Основные принципы делового этикета. Деловое общение и управление им. Этикет и имидж делового человека. Институционализация, объединение морали и права как одна из тенденций современного общественного развития. Корпоративная этика.

5. Общая трудоёмкость дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 з.е. (144 часа).

6. Формы контроля: зачёт.

Аннотация рабочей программе дисциплины

«Сетевое общество и информационная инфраструктура»

1. Цели и задачи освоения дисциплины

1.1. Цель изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Сетевое общество и информационная инфраструктура» является ознакомление студентов с сущностью категорий и понятий процессов сетизации, изучение основ современных теорий информационного общества, его специфики как этапа общественного развития; информатизации информационных процессов; ознакомление с основными понятиями Интернет-экономики и новых социальных процессов в формировании сетевого общества; овладение методами междисциплинарного анализа социально-экономических трансформаций, связанных с широкомасштабным использованием информационно-коммуникационных технологий в различных сферах деятельности; освоение навыков эффективного решения прикладных

задач в различных сферах связей с общественностью на основе учета закономерностей становления и развития информационного общества, общих свойств информации и особенностей информационных процессов.

1.2. Задачи дисциплины

Основными задачами дисциплины являются:

- ознакомление с основными понятиями Интернет-экономики;
- ознакомление с проблемой авторских прав и трудовых отношений;
- изучение моделей электронной коммерции;
- ознакомление с электронными платежными системами.
- изучить теоретические основы создания информационного общества;
- изучить правовые и экономические аспекты информатизации деятельности

организационно-экономических систем.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана, изучается в 2 семестре. Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данной дисциплины, формируются в процессе предшествующего уровня образования.

Знания, умения и навыки, осваиваемые в процессе изучения данной дисциплины, составляют базу для овладения компетенциями на последующих этапах их освоения в процессе изучения дисциплин базовой и вариативных частей, а также для успешного прохождения разных видов практики.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общепрофессиональных и профессиональных компетенций: способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОПК-7); способностью применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга (ПК-10); способностью разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов (ПК-11); способностью оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки (ПК-15); способностью использовать элементы экономического анализа в практической деятельности и разрабатывать технико-экономические обоснования проектов (ПК-16); способностью осуществлять консультирование по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций (ПК-19).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные положения современных теорий информационного общества, объекты и субъекты, основные закономерности развития и характерные черты, факторы формирования информационного общества; особенности процессов информатизации различных прикладных областей; место сетевой формы экономической и социальной деятельности, электронные службы и электронные платежные системы о методах и приёмы сетевой коммерции, об информационно-экономическом пространстве предприятия; об основных тенденциях и перспективах развития сетевой экономики.

Уметь: пользоваться современными технологиями поиска и приобретения новых знаний и умений; уметь исследовать современные проблемы и применять инструментальный процесс информатизации и сетизации различных прикладных областей; определять основные направления развития менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга; разрабатывать концепции продвижения и позиционирования в социальных сетях, разрабатывать BTL-мероприятия в социальных сетях и сети Интернет, осуществлять инновационную деятельность и инновационное проектирование; разрабатывать технико-экономическое

обоснование реализации инновационных проектов, в том числе с использованием с использованием социальных сетей; организовывать консультирование по различным вопросам рекламы и связей с общественностью; планировать и организовывать кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, с использованием социальных сетей; осуществлять мониторинг информационной инфраструктуры в области рекламы и связей с общественностью.

Владеть: навыками применения современных методик, инновационных и информационных технологий в приобретении и использовании новых знаний и умений из смежных предметных областей; навыками исследования современных проблем и методов научно-технического развития ИКТ; навыками исследования закономерностей становления и развития информационного общества в конкретной прикладной области не связанных со сферой деятельности; навыками выявления основных направлений развития менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга; навыками применения современных методик маркетинга и менеджмента в сфере ИКТ; навыками применения современных компьютерных технологий для решения прикладных практических задач; основными методами, способами и средствами инновационной деятельности и инновационного проектирования; методами управления проектами с использованием современного программного обеспечения; коммуникационными навыками управления проектами с использованием социальных сетей в области связей с общественностью; использования современных информационных технологий в управлении проектами; навыками использования электронных систем B2B, B2C, B2G; C2C, B2C; навыками создания собственных интернет-проектов.

4. Содержание дисциплины

Информационное общество: возникновение и этапы развития. Сетевое общество: основные определения и признаки. Классификации рынков в информационной инфраструктуре. Тенденции развития сетевых структур. Особенности поиска поставщиков потенциальных клиентов в сети Интернет. Специфика конкурентной среды в Интернет-экономике с точки зрения покупателя и производителя (рынки B2B и B2C).

Стратегии позиционирования и продвижения проектов, а также интернет-проектов. Технологии электронной коммерции. Кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, с использованием социальных сетей. Особенности трудовых отношений в сетевом обществе. Виды предпринимательской деятельности в сети. Платежные электронные системы. Проблема безопасности при проведении транзакций через сеть. Виды мошенничества в сети.

5. Общая трудоёмкость дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е. (72 часа).

6. Формы контроля: зачёт.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Технологии пропаганды в связях с общественностью»

1. Цели и задачи дисциплины

1.1. Цель изучения дисциплины

Цель освоения дисциплины – выработка умений использовать приёмы пропаганды в связях с общественностью, имея в виду существенное различие пропаганды и связей с общественностью.

1.2. Задачи дисциплины

- проанализировать различные концепции и подходы выделения технологий пропаганды в связях с общественностью;
- усвоить сущность понятий: пропаганда, технологии рекламы и СО;
- выявить особенности применения технологий пропаганды в связях с общественностью

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана, изучается во 1 семестре. Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данной дисциплины, формируются в процессе предшествующего уровня образования.

Знания, умения и навыки, осваиваемые в процессе изучения данной дисциплины, составляют базу для овладения компетенциями на последующих этапах их освоения в процессе изучения дисциплин базовой и вариативных частей, а также для успешного прохождения разных видов практики.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2); готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3); способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2); владение корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках (ОПК-3); способность к выработке нестандартных решений (ПК-9); способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: определение понятий социальной и этической ответственности при принятии решений, различие форм и последовательности действий в стандартных и нестандартных ситуациях, определение понятий саморазвития, самореализации и творческого потенциала, различие форм и последовательности действий в стандартных и нестандартных ситуациях, принципы планирования коммуникационных кампаний и мероприятий, основы организации форм работы в устной и письменной формах на русском и иностранном языках, различие форм и последовательности действий в стандартных и нестандартных ситуациях, основные принципы проектирования, планирования, подготовки и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий.

Уметь: анализировать альтернативные варианты действий в нестандартных ситуациях, определять меру социальной и этической ответственности за принятые решения, реализовать свой творческий потенциал, определять степень применения навыков саморазвития, самореализации и использования творческого потенциала, планировать коммуникационные кампании и мероприятия, составлять речевые произведения (мини-сочинения, эссе) по темам дисциплины в устной и письменной формах на русском и иностранном языках, анализировать альтернативные варианты действий в нестандартных ситуациях, определять стратегические цели руководства всеми этапами коммуникационных кампаний и мероприятий

Владеть: целостной системой навыков действий в нестандартных ситуациях, прогнозирования результатов социальной и этической ответственности за принятые решения, целостной системой навыков саморазвития, самореализации и использования творческого потенциала, навыками планирования коммуникационных кампаний и мероприятий, коммуникативными навыками в процессе профессионального взаимодействия, навыками действий в нестандартных ситуациях, навыками стратегического целеполагания

4. Содержание дисциплины

Связи с общественностью и пропаганда. Сравнительная характеристика PR и пропаганды.

5. Общая трудоёмкость дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е. (72 часа).

6. Формы контроля: зачёт.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Организация работы с обращениями граждан»

1. Цель и задачи дисциплины

1.1. Цель изучения дисциплины:

Специалист по связям с общественностью должен владеть теорией и практикой общения в особых коммуникативных условиях, заданных определенной ситуацией. Он должен владеть не только теорией, но и практикой, вербальными и невербальными приемами воздействия на собеседника. Только знание и умение общаться с партнерами могут помочь специалисту по связям с общественностью успешно выполнять свои профессиональные обязанности

1.2. Задачи дисциплины

- изучить деловое общение как особый вид коммуникации;
- освоить практические навыки работы с обращениями граждан;
- овладеть методикой проведения совещаний и переговоров.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы магистратуры

Курс «Организация работы с обращениями граждан» входит в вариативную часть Блока 1 учебного плана, изучается в 3 семестре. Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данной дисциплины, формируются в процессе предшествующего уровня образования.

Знания, умения и навыки, осваиваемые в процессе изучения данной дисциплины, составляют базу для овладения компетенциями на последующих этапах их освоения в процессе изучения дисциплин базовой и вариативных частей, а также для успешного прохождения разных видов практики.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2), способность руководить осуществлением профессиональных функций 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, спорт (ОПК-1), владение корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках (ОПК-3), владение техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках (ОПК-5), готовность на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтничном и интернациональном окружении (ОПК-8) способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность (ПК-1).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: определение понятий социальной и этической ответственности при принятии решений, различие форм и последовательности действий в стандартных и нестандартных ситуациях, современные методы решения задач в профессиональной сфере, особенности развития и перераспределения коммуникативных потоков, принципы использования интегрированных коммуникаций в местных, региональных и глобальных процессах; теорию планирования управления и контроля производственных процессов и информационных потоков, специфику осуществления профессиональной коммуникации на русском и иностранном языках; основы делового общения и технологии предупреждения конфликтных ситуаций; основы речевой и письменной культуры, -

специфику осуществления профессиональных контактов и развития профессионального общения (в том числе на иностранных языках); основы делового общения и технологии предупреждения конфликтных ситуаций; основы речевой и письменной культуры, систему защиты своих законных прав, в том числе прав личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтничном и интернациональном окружении, современные методики и технологии управления процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечения их качества и эффективности.

Уметь: анализировать альтернативные варианты действий в нестандартных ситуациях, определять меру социальной и этической ответственности за принятые решения, использовать методы руководства осуществлением профессиональных функций в области РиСО в различных сферах, составлять речевые произведения (обзоры научно-методических работ) по темам дисциплины в устной и письменной формах на русском и иностранном языках; применять различные виды и формы профессиональной коммуникации на русском и иностранном языках, применять различные виды и формы профессиональных контактов и профессионального общения, в том числе и на иностранных языках, на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтничном и интернациональном окружении, применять современные методики и технологии управления процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечения их качества и эффективности.

Владеть: целостной системой навыков действий в нестандартных ситуациях, прогнозирования результатов социальной и этической ответственности за принятые решения, современными методиками обучения различным типам руководства профессиональных функций в различных профессиональных сферах РиСО, навыками профессиональной речи специалиста-гуманитария и педагога в устной и письменной формах; навыками выявления, классификации и исправления речевых ошибок обучаемых, навыками установления профессиональных контактов и формирования профессионального общения, в том числе на иностранных языках, в процессе профессионального взаимодействия, системой навыков защиты своих законных прав, в том числе прав личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтничном и интернациональном окружении, навыками использования современных методик и технологий управления процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечения их качества и эффективности.

4. Содержание дисциплины

Предмет и содержание работы с обращениями граждан. Основные виды обращений граждан. Этикет деловой переписки. Особенности проведения переговоров. Способы предотвращения конфликтов. Особенности работы с обращениями граждан в государственных и муниципальных организациях.

5. Общая трудоёмкость дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е. (72 часа).

6. Формы контроля: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Деловое общение»

1. Цель и задачи дисциплины

1.1. Цель изучения дисциплины

Специалист по связям с общественностью должен владеть теорией и практикой общения в особых коммуникативных условиях, заданных определенной ситуацией. Он

должен владеть не только теорией, но и практикой, вербальными и невербальными приемами воздействия на собеседника. Только знание и умение общаться с партнерами могут помочь специалисту по связям с общественностью успешно выполнять свои профессиональные обязанности

1.2. Задачи дисциплины

- изучить деловое общение как особый вид коммуникации;
- освоить практические навыки делового общения;
- овладеть методикой проведения совещаний и переговоров.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Курс «Деловое общение» входит в вариативную часть Блока 1 учебного плана, изучается в 3 семестре. Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данной дисциплины, формируются в процессе предшествующего уровня образования, а также при изучении дисциплин «Профессиональная этика и этикет», «Основы корпоративной культуры».

Знания, умения и навыки, осваиваемые в процессе изучения данной дисциплины, составляют базу для овладения компетенциями на последующих этапах их освоения в процессе изучения дисциплин базовой и вариативных частей, а также для успешного прохождения разных видов практики.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общепрофессиональных и профессиональных компетенций: способность руководить осуществлением профессиональных функций 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 (ОПК-1), владение техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках (ОПК-5), способность управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность (ПК-4), способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13), способность осуществлять консультирование по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций (ПК- 19).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: современные методы решения задач в профессиональной сфере, особенности развития и перераспределения коммуникативных потоков, принципы использования интегрированных коммуникаций в местных, региональных и глобальных процессах; теорию планирования управления и контроля производственных процессов и информационных потоков, специфику осуществления профессиональных контактов и развития профессионального общения (в том числе на иностранных языках основы делового общения и технологии предупреждения конфликтных ситуаций; основы делового общения основные принципы управления деятельностью коллектива, планирования его работы, обеспечения ее эффективности, принципы руководства созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, основные принципы консалтинга в различных сферах, цикл РиСО, профессиональные.

Уметь: использовать методы руководства осуществлением профессиональных функций в области РиСО в различных сферах, специфику осуществления профессиональных контактов и развития профессионального общения (в том числе на иностранных языках основы делового общения и технологии предупреждения конфликтных ситуаций; основы делового осуществлять управление деятельностью коллектива, планирование его работы, обеспечение ее эффективности, определять принципы руководства созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры

организации, организовывать консультирование по различным вопросам рекламы и связей с общественностью.

Владеть: современными методиками обучения различным типам руководства профессиональных функций в различных профессиональных сферах РиСО, навыками установления профессиональных контактов и формирования профессионального общения, в том числе на иностранных языках, в процессе профессионального взаимодействия, навыками управления деятельностью коллектива, планирования его работы, обеспечения ее эффективности, навыками управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций.

4. Содержание дисциплины

Предмет и содержание делового общения. Психологические принципы и этические основы делового общения. Вербальные коммуникации. Деловые переговоры. Деловая переписка. Конфликт в деловом общении. Этикет делового общения.

5. Общая трудоёмкость дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е. (72 часа).

6. Формы контроля: зачет.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Основы подготовки выпускной квалификационной работы»

1. Цель и задачи изучения дисциплины

1.1. Цель изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины – расширение и углубление методологических и методических знаний о научно-исследовательской работе.

1.2. Задачи дисциплины

- дать магистрантам сведения о выпускной квалификационной работе как феномене науки,
- развитие у обучающихся базовых компетенций в сфере исследовательской деятельности,
- квалифицированный анализ, оценка, реферирование, оформление и продвижение результатов собственной научной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Основы подготовки выпускной квалификационной работы» относится к вариативной части Блока 1 и изучается как дисциплина по выбору в 1 семестре. Данная дисциплина базируется на предшествующих уровнях образования.

Знания, полученные в ходе изучения дисциплины, необходимы для выполнения выпускной квалификационной работы научного содержания, соответствующей современному уровню развития науки и свидетельствующей о наличии у автора первоначальных навыков научной работы в избранной отрасли профессиональной деятельности. Компетенции, приобретенные в результате освоения данной дисциплины, позволяют обучающимся успешно развивать свои профессиональные знания, умения и навыки в научно-исследовательской работе, а также при подготовке к государственной итоговой аттестации

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-4); владение корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках (ОПК-3); способность ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований (ПК-20); способность интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации

на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции (ПК-25); способность применять накопленные знания и опираться на них в подготовке и написании научно-исследовательских работ, включая кандидатские и докторские диссертации (ПК-26).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен

знать: новые методы исследования, новую сферу профессиональной деятельности в образовательном процессе; основы организации форм работы в устной и письменной формах на русском и иностранном языках; приемы выбора задач исследования и методов экспериментальной работы, создания базы для научных исследований; принципы интерпретации и представления результатов научных исследований; концептуальный аппарат и основные познавательные подходы и методы современной науки, методологию научного исследования;

уметь: проявить самостоятельность в освоении и использовании новых методов исследования; составлять речевые произведения (мини-сочинения, эссе) по темам дисциплины в устной и письменной формах на русском и иностранном языках; определять задачи исследования, методы экспериментальной работы, базу для научных исследований; выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции; формулировать проблемы и использовать эвристические методы их решения, анализировать, интерпретировать и творчески использовать теоретические знания в исследовательской деятельности; критически использовать методы современной науки в практической деятельности;

владеть: новыми методами исследования и использовать их в образовательном процессе; коммуникативными навыками в процессе профессионального взаимодействия; навыками постановки задач исследований, использования экспериментальных методов, составления эмпирического материала; навыками составления практических рекомендаций на основе интерпретации и представления результатов научных исследований; навыками самостоятельного целеполагания, организации собственной работы, приемами информационно-описательной деятельности.

4. Содержание дисциплины

Диссертационное исследование как феномен науки. Методология, логика и организация научно-исследовательской деятельности в сфере филологии и других гуманитарных наук. Научный текст как отражение познавательного процесса в гуманитарных науках и средство научной коммуникации.

5. Общая трудоёмкость дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е. (72 часа).

6. Формы контроля: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Основы подготовки научной и учебной литературы»

1. Цель и задачи изучения дисциплины

1.1. Цель изучения дисциплины

Цели изучения дисциплины – дать первоначальные сведения о подготовке научной и учебной литературы, расширение и углубление методологических и методических знаний о научно-исследовательской работе.

1.2. Задачи изучения дисциплины

- анализ, оценка, реферирование, оформление научной и учебной литературы.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Основы подготовки научной и учебной литературы» относится к вариативной части Блока 1 и изучается как дисциплина по выбору в 1 семестре. Данная дисциплина базируется на компетенциях, сформированных на предшествующих уровнях образования. Компетенции, приобретенные в результате освоения данной дисциплины,

позволяют обучающимся успешно развивать свои профессиональные знания, умения и навыки в научно-исследовательской работе, а также при подготовке к государственной итоговой аттестации.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-4); владение корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках (ОПК-3); способность ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований (ПК-20); способность интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции (ПК-25); способность применять накопленные знания и опираться на них в подготовке и написании научно-исследовательских работ, включая кандидатские и докторские диссертации (ПК-26).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен

знать: новые методы исследования, новую сферу профессиональной деятельности в образовательном процессе; основы организации форм работы в устной и письменной формах на русском и иностранном языках; приемы выбора задач исследования и методов экспериментальной работы, создания базы для научных исследований; принципы интерпретации и представления результатов научных исследований; концептуальный аппарат и основные познавательные подходы и методы современной науки, методологию научного исследования;

уметь: проявить самостоятельность в освоении и использовании новых методов исследования; составлять речевые произведения (мини-сочинения, эссе) по темам дисциплины в устной и письменной формах на русском и иностранном языках; определять задачи исследования, методы экспериментальной работы, базу для научных исследований; выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции; формулировать проблемы и использовать эвристические методы их решения, анализировать, интерпретировать и творчески использовать теоретические знания в исследовательской деятельности; критически использовать методы современной науки в практической деятельности;

владеть: новыми методами исследования и использовать их в образовательном процессе; коммуникативными навыками в процессе профессионального взаимодействия; навыками постановки задач исследований, использования экспериментальных методов, составления эмпирического материала; навыками составления практических рекомендаций на основе интерпретации и представления результатов научных исследований; навыками самостоятельного целеполагания, организации собственной работы, приемами информационно-описательной деятельности.

4. Содержание дисциплины

Основы методологии научного творчества. Основные принципы прагматической культуры. Методологические требования к научной работе. Понятие авторского права. Требования, которым должны удовлетворять учебники и учебные пособия. Типология вузовских изданий. Применение логических законов и правил при написании научной и учебной литературы. Структура рукописи, правила оформления, рубрикация, правила рубрикации. Аппарат издания. Правила оформления библиографических записей. Требования к языку рукописи. Оформление документации, сопутствующей выпуску научной и учебной литературы. Порядок рецензирования.

5. Общая трудоёмкость дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е. (72 часа).

6. Формы контроля: зачет.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Научный дискурс в иноязычном поликультурном пространстве»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины – осветить объективную логику развития научного дискурса; освоение обучающимися теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области научно-исследовательской деятельности для эффективного профессионального взаимодействия и личностного роста.

1.2 Задачи дисциплины

Задачами дисциплины являются:

- ознакомление с особенностями иноязычного научного дискурса;
- усвоение понятийно-терминологического аппарата научного дискурса;
- формирование у магистров целостных теоретических представлений об общей методологии научного творчества;
- ознакомление с общими требованиями, предъявляемыми к научным исследованиям, основам их планирования, организации;
- приобретение первичных умений ведения исследовательской деятельности, фиксации и оформления её результатов.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Научный дискурс в иноязычном поликультурном пространстве» входит в вариативную часть «ФТД. Факультативы» учебного плана, изучается в 1 и 2 семестрах.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие следующих общепрофессиональных компетенций: способность вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов (ОПК-4).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основы делового общения и технологии предупреждения конфликтных ситуаций, основы речевой и письменной культуры.

Уметь: составлять речевые произведения (обзоры научно-методических работ) по темам дисциплины в устной и письменной формах на русском и иностранном языках, применять различные виды и формы профессиональной коммуникации на русском и иностранном языках.

Владеть: навыками профессиональной речи специалиста-гуманитария в устной и письменной формах.

4. Содержание дисциплины

Научный дискурс как специфическая форма общественного сознания. Организационные и методические основы исследования поликультурного научного дискурса. Схема и направление собственного научного исследования на основе анализа иноязычного научного дискурса.

5. Общая трудоёмкость дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е.(108 часов).

6. Формы контроля: экзамен.