

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ярошенко Николай Николаевич
Должность: проректор по учебно-методической деятельности
Дата подписания: 31.07.2026 09:37:01
Уникальный программный ключ:
25cc77c6d2a242799b1569189212ec549db4bb3f

Аннотации рабочих программ дисциплин

ОБЯЗАТЕЛЬНАЯ ЧАСТЬ

Блок 1 - «Дисциплины (модули)»

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,

Б1.О.01 Всеобщая история

1. Цели освоения дисциплины: формирование у бакалавров универсальных компетенций, необходимых для подготовки студентов к профессиональной деятельности; сформировать у студентов целостное представление о всемирно-историческом процессе, представить основные этапы развития истории человечества, что позволит воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; привить студентам навыки поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО: Дисциплина входит в обязательную часть Блока 1 направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» и относится к обязательной части, формируемой участниками образовательных отношений ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Входные знания, необходимые для изучения данного курса, базируются на школьной программе по гуманитарным и общественным предметам: история, обществознание.

Дисциплина преподается на очной и заочной форме обучения с первого по четвертый семестр.

Форма контроля – зачет, экзамен на очной и заочной форме обучения.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и навыки, необходимые для изучения следующих дисциплин «История русского искусства».

Взаимосвязь курса с другими дисциплинами ОПОП способствует планомерному формированию необходимых компетенций и углубленной подготовке студентов к решению специальных практических профессиональных задач.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля): УК-1, УК-5.

4. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

УК-1 (Системное и критическое мышление)

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

Знать: методологию и методику системного анализа, критического анализа проблемных ситуаций, стратегического управления

Уметь: осуществлять системный анализ, критический анализ проблемных ситуаций, вырабатывать стратегию действий

Владеть: методами системного и критического анализа, стратегического управления

УК-5 (Межкультурное взаимодействие)

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

Знать: теорию и технологии межкультурного взаимодействия

Уметь: применять технологии межкультурного взаимодействия

Владеть технологией межкультурного взаимодействия

5. Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 ч.

6. Структура, краткое содержание дисциплины (модуля) и формы контроля освоения:

История в древности (с древнейших времен до падения Римской империи).

История как наука. Периодизация истории первобытного общества и характеристика основных этапов его развития. Предпосылки возникновения первых цивилизаций. Признаки цивилизации. Цивилизации Древнего Востока. Государства древней Месопотамии. Основные этапы истории древнего Египта. Ассирийская и Персидская империи. Цивилизации Древнего Китая и Древней Индии. Древнегреческая цивилизация. Крито-микенская цивилизация: общее и особенное. Характерные черты архаической Греции. Троянская война. Полис как структурообразующий элемент античного общества. Основные этапы формирования афинского полиса. Своеобразие общественного и государственного устройства Спарты. Наивысший расцвет и кризис греческих полисов – (от Греко- персидских войн до Пелопоннесской войны). Держава Александра Македонского. Сущность эллинизма. Формирование и структура Рима как города-государства. Завоевание Римом Италии. Образование Римской державы и социально-политическая борьба в Риме во II в. до н.э. Пунические войны. Эпоха гражданских войн в Риме. Падение республики. Принципат как политическая система. Установление домината и положение Римской империи в IV в. Античная культура. Христианство: возникновение и проникновение в Римскую империю. Восточная и Западная Римские империи. Нашествие варваров и падение Западной Римской империи.

История в средние века и ранее Новое время (V в. – XVIII в.)

Особенности Византийской цивилизации. Арабо-мусульманская цивилизация в средние века. Основные черты средневековой цивилизации Западной Европы. Государство франков V-VII вв.: становление и упадок династии Меровингов. Империя Карла Великого: образование, устройство и распад. Эпоха крестовых походов и ее значение. Процесс централизации во Франции X-XIV вв. Становление централизованного государства в Англии X-XIII вв. «Священная римская империя германской нации» и политика германских императоров X-XIII вв. Столетняя война и ее итоги. Итальянские города в период средневековья. Война Алой и Белой розы в Англии. Османская империя в средние века. Китай и Индия в средние века. Средневековая европейская культура. Эпоха Возрождения в Европе. Зарождение сознания Нового времени. Реконкиста и объединение Испании. Реформация в Западной Европе. М. Лютер и Ж. Кальвин. Гражданская война в Германии в первой половине XVI в. Эпоха Великих географических открытий и ее последствия. Государства Центральной и Южной Америки и их завоевание европейцами. Абсолютная монархия в странах Западной Европы. Англия эпохи Тюдоров. Елизавета I. Английская революция середины XVII в. Расцвет абсолютизма во Франции. Людовик XIV. Тридцатилетняя война и Вестфальская система. Эпоха Просвещения. Рождение либеральной идеи. Война за независимость в Североамериканских колониях. Образование США. Французская революция XVIII в. Якобинская диктатура во Франции. Внутренняя и внешняя политика якобинцев.

История XIX – начала XX века.

Наполеоновская эпоха во Франции и в Европе. Промышленный переворот и начало формирования индустриальной цивилизации в европейских странах и США. Развитие капиталистических стран Западной Европы и США в XIX в. Борьба за либерализацию политической жизни в Европе в первой пол. XIX в. Парламентские реформы в Англии XIX в. Эпоха национализма. Образование национальных государств в странах Западной Европы XIX в. (Италия и Германия). Борьба за независимость испанских и португальских колоний в Центральной и Южной Америке. Гражданская война в США. Колониальные империи западноевропейских государств. Вооруженные конфликты в Европе в середине XIX века. Исламский мир в XIX– начале XX. Идеино-политические течения XIX – начала XX вв. Страны Европы и США в конце XIX в.

История в XX веке.

Первая мировая война: причины, ход и итоги. Версальский мир. Развитие Европы в 20-ые годы XX века. Мировой экономический кризис 1929-1933 гг. и варианты выхода из него. Тоталитаризм в Европе XX в. Особенности германского национал-социализма. Мир накануне Второй мировой войны. Вторая мировая война: причины, ход и итоги. Система послевоенного мироустройства, образование ООН, начало формирования политических блоков. Страны Ближнего Востока в XX веке. Китай и Индия в XX веке. Падение колониальной системы в Азии и Африке. «Холодная война»: сущность, причины, этапы. Процесс европейской интеграции: итоги и перспективы. Постиндустриальная цивилизация, ее характеристика и особенности.

7. Форма контроля – зачеты, экзамен на очной и заочной форме обучения.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», Б1.О.02 История России

1.Цель освоения дисциплины заключается в формировании у бакалавров универсальных компетенций, необходимых осуществления поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для изучения исторического развития России; освящения главных периодов существования русской государственности; получения представления об исторических источниках и историографических теориях освящающих историю нашей страны; акцентирование внимание на общее и особенное в русской истории и умение осуществлять исторический анализ.

2.Место дисциплины в структуре ОПОП ВО: Дисциплина входит в Блок 1 обязательной части направления подготовки «Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины Б1.О.02 История Россия базируется на знании школьной программы по гуманитарным и общественным предметам: история, право, обществознание.

Дисциплина преподается со второго по шестой семестр на очной и заочной форме обучения.

Форма контроля: зачеты, экзамены на очной и заочной форме обучения.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и навыки, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Русская философия», «История русского искусства» «Учебная практика», «ГИА».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля): Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: **УК-1; УК-5**

4. В результате освоения дисциплины обучающийся:

УК-1 (Системное и критическое мышление)

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

Знать: методологию и методику системного анализа, критического анализа проблемных ситуаций, стратегического управления

Уметь: осуществлять системный анализ, критический анализ проблемных ситуаций, вырабатывать стратегию действий

Владеть: методами системного и критического анализа, стратегического управления

УК-5 (Межкультурное взаимодействие)

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

Знать: теорию и технологии межкультурного взаимодействия
Уметь: применять технологии межкультурного взаимодействия
Владеть: технологией межкультурного взаимодействия

5. Общая трудоемкость дисциплины составляет 11 зачетных единиц, 396 часа.

6. Структура, краткое содержание дисциплины (модуля) и формы контроля освоения:

История России с древнейших времен до XVI века.

Проблема этногенеза восточных славян. Направления миграционных потоков. Северное Причерноморье и степное пространство Восточной Европы в I тыс. до н.э. – VI в.н.э. Географические и природно-климатические факторы среды обитания восточных славян. Основные хозяйственные занятия и общественный строй восточных славян, их взаимоотношения с другими народами. Внутренние и внешние факторы формирования государственности у восточных славян. Особенности становления древнерусского государства. Древняя Русь и Византия. Норманнская теория. Княжение первых Рюриковичей. Принятие христианства. Распространение ислама. Политические и социально-экономические проблемы древнерусского государства. Причины политической раздробленности Руси. Падение власти Киева как политического центра. Образование державы Чингисхана. Вторжение Батыя на Русь. Борьба русского народа и народов Прибалтики против агрессии немецких, шведских и датских завоевателей. Последствия монгольского вторжения на Русь.

Русь и Золотая Орда: формы зависимости и проблемы взаимовлияния. Изменение доминанты международных отношений, особенности процесса централизации единого российского государства. Причины возвышения Москвы. Куликовская битва. Поход хана Тохтамыша на Москву. Поражение Золотой Орды от Тамерлана. Феодалная война. Победа сторонников политической централизации. Флорентийская уния и ослабление связей Руси и Юго-Восточной Европой. Расширение Московского княжества. Присоединение Новгорода и Перми Великой. Военные походы Ивана III. Свержение ордынского ига. Первое русское посольство в Стамбул.

Реформы Ивана IV. Завоевание Казани и Астрахани. Начало Ливонской войны. Опричнина. Победа Ермака над Сибирским ханством. Перемирие с Речью Посполитой и Швецией. Кризис власти. Правление Бориса Годунова. Смутное время. Польско-шведская интервенция. Первое (П.Ляпунов) и второе (Д.М.Пожарский и К.М.Минин) ополчения. Изгнание поляков из Москвы. Воцарение династии Романовых. Окончание Смуты.

Особенности социально-экономического развития России в XVII в. Формирование единого всероссийского рынка. Эволюция политической власти. Городские восстания. Изоляционизм России от Запада. Основные направления внешней политики России в XVII в. Вхождение Украины в состав России. Церковный раскол. Крестьянская война под предводительством С.Разина.

Россия в XVII – первой половине XIX века

Реформы Петра I. Северная война. Мануфактурно-промышленное производство. Особенности экономического развития России. Эволюция форм собственности. Причины нестабильности власти. Расширение привилегий дворянства. "Просвещенный абсолютизм" Екатерины II. Крепостное право в России. Крестьянская война под предводительством Е.И.Пугачева. "Золотой век" дворянства. Административные реформы Екатерины II. Внешняя политика России. Войны с Турцией. Участие России в разделах Польши и антифранцузских коалициях. Правление Павла I.

Александр I и его реформы. Причины Отечественной войны 1812 г. Разгром армий Наполеона. Венский конгресс 1815 г. Установление Конституции Царства Польского. Движение декабристов: цели, задачи, итоги, следствие. Запрет деятельности в России тайных политических обществ и масонских организаций. Внутренняя политика

Николая I. Деятельность секретных комитетов по крестьянскому вопросу. Особенности формирования общественного мнения России. Теория официальной народности. Славянофилы и западники. Петрашевцы. Начало железнодорожного строительства.

Россия в XIX – начале XX вв.

Внешняя политика России. Большая Кавказская война. Войны с Турцией и Ираном. Ункяр-Искелесийский договор. Внешнеполитическая изоляция России. Крымская война, ее ход, итоги и последствия.

Причины ликвидации крепостничества. Реформы и реформаторы России. Александр II. Социально-экономическое развитие России. Капитализм. Общественные движения и народнические организации. Контрреформы 1880-1890-х гг. Александр III. С.Ю.Витте и его роль в экономическом развитии государства. Индустриализация страны. Рабочее движение. Распространение марксизма в России. Г.В.Плеханов. Вклад России в мировую культуру. Глобализация мировых процессов. Деформации нравственности. Интернационализм и национализм, сепаратизм и интеграция, демократия и авторитаризм.

Внешняя политика России. Установление пограничного режима с Японией и Китаем. Продажа Аляски и Алеутских островов США. Присоединение Средней Азии. Война с Турцией. Сближение с Францией. Франко-русский союз. Русско-японская война. Англо-русское соглашение. Балканские войны. Участие России в Первой мировой войне. Основные военные операции.

Советский период. 1917-1945 гг.

Генезис, программы, тактика и классификация политических партий. Революция 1905-1907 гг. и ее основные итоги. Деятельность первого российского парламента – Государственной думы. Промышленное и аграрное развитие России. Аграрная реформа П.А.Столыпина. Отношение партий к начавшейся Первой мировой войне. Создание в думе прогрессивного блока. Военно-промышленный комитет и Земгор. Февральская революция и ее основные итоги. Нарастание общенационального кризиса. Массовое крестьянское движение. Корниловский мятеж.

Октябрьское вооруженное восстание. Приход большевиков к власти. Первые преобразования в политической и социально-экономической сферах. Брестский мир. Причины гражданской войны и иностранной интервенции. Советско-польская война 1920 г. Основные итоги гражданской войны. В.И.Ленин и его политическая деятельность. "Военный коммунизм" и его кризис. Становление советской государственности. Феномен российской эмиграции.

Внешняя политика СССР в межвоенный период. Советско-германское сотрудничество. Борьба за признание СССР де-юре. Конфликт на КВЖД. Нарастание угрозы новой мировой войны. СССР и план коллективной безопасности в Европе. VII конгресс Коминтерна и его решения. Помощь СССР республиканской Испании и другим странам-жертвам агрессии. Военные действия СССР против Японии на Халхин-Голе. Договор о ненападении между СССР и Германией. Начало Второй мировой войны. Западный поход Красной Армии и включение в состав СССР западноукраинских и западнобелорусских земель. Война СССР с Финляндией и другие военно-силовые акции в 1940 г. Великая Отечественная война: ее причины, основные этапы и военные операции. Дипломатическая деятельность СССР в годы войны. Ленд-лиз. Открытие второго фронта. Завершение войны с Германией и ее союзниками. Участие СССР в войне с Японией. Вклад советского народа в Победу. Цена Победы. Итоги и уроки Второй мировой войны.

СССР во второй половине XX века.

Восстановление разрушенного в ходе войны народного хозяйства страны. Общественно-политическая жизнь, особенности культурного развития; демографические процессы и проблемы борьбы с голодом. Новый виток политических репрессий.

Холодная война. Политика "атомной дипломатии" США. Германский вопрос. Ликвидация атомной монополии США. Война в Корее. Создание блока стран-участниц Варшавского договора. События в Венгрии, Превращение СССР в мировую державу. Карибский и Берлинский кризисы.

Попытки осуществления реформ после смерти И.В.Сталина. НТР и ее влияние на ход экономического, социального и военно-политического развития. Реформы середины 1960-х гг.: положительные результаты и причины неудач. Нарастание кризисных явлений в обществе. Ввод войск СССР и стран-участниц Варшавского договора в Чехословакию. Диссидентство в СССР. Помощь СССР Вьетнаму в отражении агрессии США. Разрядка международной напряженности. Хельсинское совещание 1975 г. Ввод советских войск в Афганистан. Обострение "холодной войны".

Причины перестройки. Основные этапы и итоги реформирования страны в период перестройки. Беловежские соглашения 8 декабря 1991 г. Образование СНГ. Попытка государственного переворота в августе 1991 г. Распад СССР. Окончание "холодной войны". Приход к власти Б.Н. Ельцина. Реформы правительства Ельцина-Гайдара. Конституция 1993 г. Войны в Чечне. Дефолт 1998 г. Современная Россия. В.В. Путин.

7. Форма контроля – зачеты, экзамены на очной и заочной форме обучения.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,
Б1.О.03 История мировых цивилизаций**

1. Цели освоения дисциплины: формирование у бакалавров универсальных компетенций, необходимых для подготовки студентов к профессиональной деятельности; сформировать у студентов целостное представление о всемирно-историческом процессе, представить основные этапы развития истории человечества, что позволит воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; сформировать общие представления об источниках и историографических подходах к истории зарубежных стран; проанализировать общее и особенное в зарубежной истории привить студентам навыки поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач.

2. Дисциплина «История мировых цивилизаций» входит в состав Блока 1 «Дисциплины (модули)», который относится к *обязательной части* ОПОП по направлению подготовки: 43.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Изучается в первом семестре на очной форме обучения; в первом и втором на заочной форме обучения.

Форма контроля – зачет на очной и заочной форме обучения.

Входные знания, необходимые для изучения данного курса, базируются на школьной программе по гуманитарным и общественным предметам: история, обществознание.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и навыки, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Русская философия», «История русского искусства».

Взаимосвязь курса с другими дисциплинами ОПОП способствует планомерному формированию необходимых компетенций и углубленной подготовке студентов к решению специальных практических профессиональных задач.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля): УК-1; УК-5

4. В результате освоения дисциплины обучающийся:

УК-1 (Системное и критическое мышление)

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

Знать: методологию и методику системного анализа, критического анализа проблемных ситуаций, стратегического управления

Уметь: осуществлять системный анализ, критический анализ проблемных ситуаций, вырабатывать стратегию действий

Владеть: методами системного и критического анализа, стратегического управления

УК-5 (Межкультурное взаимодействие)

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

Знать: теорию и технологии межкультурного взаимодействия

Уметь: применять технологии межкультурного взаимодействия

Владеть: технологией межкультурного взаимодействия

5. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 ч.

6. Структура, краткое содержание дисциплины (модуля) и формы контроля освоения:

История как наука. Периодизация истории первобытного общества и характеристика основных этапов его развития. Предпосылки возникновения первых цивилизаций. Признаки цивилизации. Цивилизации Древнего Востока. Цивилизации Древнего Китая и Древней Индии. Древнегреческая и древнеримская цивилизации. Особенности Византийской цивилизации. Арабо-мусульманская цивилизация в средние века. Основные черты средневековой цивилизации Западной Европы. Цивилизация эпохи Возрождения. Промышленный переворот и начало формирования индустриальной цивилизации в европейских странах и США. Постиндустриальная цивилизация, ее характеристика и особенности. Проблемы и перспективы развития человечества на современном этапе.

7. Форма контроля – зачет на очной и заочной форме обучения.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», Б1.О.04. Мировая философия

1. Цели освоения дисциплины: формирование у бакалавров универсальных компетенций, необходимых для развития у студентов способности воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах, осуществлять поиск, системный и критический анализ для решения проблемных ситуаций и задач управления.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО: дисциплина относится к обязательной части Блока 1 учебного плана. Для освоения дисциплины необходимо знание следующих дисциплин: «История мировых цивилизаций».

Изучается в третьем семестре на очной форме обучения; на третьем и четвертом семестре в заочной форме обучения.

Форма контроля – зачет с оценкой.

Изучение дисциплины необходимо для освоения следующих дисциплин: «История зарубежной литературы», «История зарубежного искусства».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля): УК-1; УК-5

4. В результате освоения дисциплины обучающийся:

УК-1 (Системное и критическое мышление)

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

Знать: методологию и методику системного анализа, критического анализа проблемных ситуаций, стратегического управления

Уметь: осуществлять системный анализ, критический анализ проблемных ситуаций, вырабатывать стратегию действий

Владеть: методами системного и критического анализа, стратегического управления

УК-5 (Межкультурное взаимодействие)

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

Знать: теорию и технологии межкультурного взаимодействия

Уметь: применять технологии межкультурного взаимодействия

Владеть: технологией межкультурного взаимодействия

5. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 ч.

6. Структура, краткое содержание дисциплины (модуля) и формы контроля освоения: Место философии в культуре. Отличия от науки, религии, искусства. Философия Древнего Востока. Античная философия. Средневековая философия. Европейская философия эпохи Возрождения. Европейская философия XVII–XVIII в. Немецкая классическая философия. Зарубежная философия середины и второй половины XIX в. Зарубежная философия XX в. Учения о сущности человека в философии XX в. Проблема познания в истории мировой философии. Проблемы социальной философии. Проблема человека в истории мировой философии (античность, средние века, Новое время). Философия истории: основные идеи и проблемы. Проблемы культуры и цивилизации в истории мировой философии. Фундаментальные проблемы в философии XXI в. Глобализация и другие проблемы современной философии

7. Форма контроля – зачет с оценкой на очной и заочной форме обучения.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», Б1.О.05. Русская философия

1. Цели освоения дисциплины: формирование у бакалавров универсальных компетенций, необходимых для развития у студентов способности воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах, осуществлять поиск, системный и критический анализ для решения проблемных ситуаций и задач управления.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО: дисциплина относится к обязательной части Блока 1 учебного плана.

Изучается в четвертом семестре на очной форме обучения; в третьем и четвертом семестре на заочной форме обучения, форма контроля – зачет с оценкой.

Изучение дисциплины необходимо для освоения следующих дисциплин: «История русской литературы», «История русского искусства».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля): УК-1, УК-5

4. В результате освоения дисциплины обучающийся:

УК-1 (Системное и критическое мышление)

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

Знать: методологию и методику системного анализа, критического анализа проблемных ситуаций, стратегического управления

Уметь: осуществлять системный анализ, критический анализ проблемных ситуаций, вырабатывать стратегию действий

Владеть: методами системного и критического анализа, стратегического управления

УК-5 (Межкультурное взаимодействие)

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

Знать: теорию и технологии межкультурного взаимодействия

Уметь: применять технологии межкультурного взаимодействия

Владеть технологией межкультурного взаимодействия

5. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 ч.

6. Структура, краткое содержание дисциплины (модуля) и формы контроля освоения:

РАЗДЕЛ 1. Основные этапы развития русской философской мысли XI-XIX вв. Введение в историю русской философии: методологические основы изучения, историко-мировоззренческие предпосылки, общие черты, ценностные ориентиры. Философско-мировоззренческие идеи Древней Руси (XI-XVII вв.). Философско-богословская мысль и возникновение светской философии в России XVIII в. Философские взгляды славянофилов и их эволюция. Философские взгляды западников. Философские идеи Ф.М. Достоевского и Л.Н. Толстого. Историософия Н.Я. Данилевского и К.Н. Леонтьева. Русская религиозная философия конца XIX в. (В.С. Соловьев, С.Н. Трубецкой, Л. М. Лопатин). Н.Ф. Федоров и русский космизм. Философия в русских духовных академиях XIX в.

РАЗДЕЛ 2. Русская философия XX – начала XXI в.

Русская религиозная философия начала XX в. (В.В. Розанов, Н.А. Бердяев, Л. Шестов, Е.Н. Трубецкой и др.). Религиозная философия П.А. Флоренского и С.Н. Булгакова. Философия всеединства С.Л. Франка и Л.П. Карсавина. Философия русского зарубежья XX в. (И.А. Ильин, В.В. Зеньковский, Н.О. Лосский, Г.П. Федотов и др.). Евразийство. Философия А.Ф. Лосева и М.М. Бахтина. Советский период в истории отечественной философии

7. Форма контроля – зачет с оценкой на очной и заочной форме обучения.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,
Б1.О.06 Педагогика и психология**

1. Цели освоения дисциплины заключаются в формировании у студентов универсальных компетенций, необходимых для изучения межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах, понимая психологии и педагогике как науках о закономерностях и механизмах личностного и профессионального развития человека, о сущностях и закономерностях формирования его индивидуальности, умения управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития в течение всей жизни. Курс должен заложить основы психологической и педагогической компетентности, необходимой будущему бакалавру для профессионального и личностного развития.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Психология» входит в Блок 1 подготовки студентов по направлению «Реклама и связи с общественностью» - Общий профиль.

Изучение дисциплины основано на полученных знаниях дисциплин: «Психология массовой коммуникации».

Изучение дисциплины проводится в пятом семестре в очной и заочной форме обучения.

Форма контроля – зачет в очной и заочной форме обучения.

Изучение дисциплины необходимо для изучения следующих дисциплин: «Учебная практика», «Производственная практика», «ГИА».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля): УК-5; УК-6

4. В результате освоения дисциплины обучающийся:

УК-5 (Межкультурное взаимодействие)

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

Знать: теорию и технологии межкультурного взаимодействия

Уметь: применять технологии межкультурного взаимодействия

Владеть технологией межкультурного взаимодействия

УК-6 (Самоорганизация и саморазвитие)

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

Знать: теорию и технологии совершенствования собственной деятельности

Уметь: определять приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

Владеть: навыками реализации и совершенствования собственной деятельности

5.Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы или 72 ч.

6. Структура и содержание дисциплины

Первый раздел программы включает общие теоретические понятия: предмет, метод и основные понятия психологии.

Многообразие форм человеческого знания. Соотношение знания и веры, рационального и иррационального в человеческой жизнедеятельности. Образ мира - основа мировоззрения. Использование образа мира. Массовое сознание. Организация психики человека. Необходимость изучения психологии.

Особенности психики живых организмов. Психология как наука. Структура современной психологии. Отражение как сущность психики. Проблема группы в социальной психологии. Классификация групп.

Методы исследования психологии. Наблюдение и самонаблюдение. Опрос, эксперимент, социометрия. Тест, виды тестов.

Место психологии в системе наук, история развития психологического знания и основные направления в психологии.

Способы приобретения психологических знаний. Житейская психология. Методы психологических исследований. Психодиагностические методы. Психологическая коррекция.

Психика и организм: психика, поведение, деятельность, основные функции психики, развитие психики в процессе онтогенеза и филогенеза.

Строение, функционирование, свойства нервной системы. Концептуальная рефлекторная дуга. Психика и мозг человека: принципы и общие механизмы связи. Развитие психики человека и животных. Природа человеческого сознания. Деятельность и потребности человека. Возникновение и развитие сознания. Сознание и бессознательное.

Психология личности. Индивид, личность, субъект, индивидуальность. Структура личности; соотношение сознания и бессознательного; основные психические процессы. Ощущение: понятие об ощущениях, виды ощущений. Специфика зрительных, вкусовых, слуховых, осязательных и обонятельных ощущений. Восприятие: его виды и свойства. Иллюзии зрительного восприятия. Представление. Воображение: Типы и функции воображения. Способы создания вариативной реальности. Виды реальностей. Способы развития воображения. Функции воображения в создании творческой

реальности («Дневник одного гения» С. Дали как предмет исследования возможностей воображения). Мышление. Формы мыслительной деятельности.

Методики увеличения эффективности мыслительной деятельности.

Мышление и интеллект. Творчество. Внимание. Функции и виды внимания. Память, особенности формирования памяти. Виды памяти. Эмоции.

Современные теории личности. Формирование и развитие личности. Темперамент. Типы темперамента. Личность и характер. Мотив и мотивация поведения личности. Мотивация и деятельность. Система мотиваций по А. Маслоу. Определение деятельности. Внутренние и внешние компоненты деятельности. Умения и навыки как структурные элементы деятельности. Понятие привычки и ее место в структуре деятельности.

Формирование личности. Социализация, как процесс формирования личности. Воспитание, как процесс формирования личности.

Концепции биосферы и ноосферы. Учение В.И.Вернадского. Экологическое равновесие.

Второй раздел программы включает общие теоретические понятия: предмет, метод и основные понятия педагогики.

Предмет, объект и методы изучения педагогики. Основные категории педагогики; образование, воспитание, обучение. Образование как общественное явление и педагогический процесс. Воспитание. Цель воспитания. Общение как средство воспитания. Учение как средство воспитания. Методы воспитания. Институты воспитания. Теории воспитания.

Состав и система педагогических наук. Отечественные и зарубежные классификации. Методы педагогических исследований. Формирование педагогического идеала.

Педагогическое взаимодействие. Педагогическое взаимодействие, педагогическая деятельность, педагогическая технология, педагогическая задача. Виды, условия и механизмы научения. Виды научения у человека: импринтинг, оперантное обучение, условно-рефлекторное научение, викарное научение, вербальное научение. Механизмы научения. Понятие учебной деятельности, обучения, научения, созревания.

Базовые теории развития и воспитания личности Психоаналитическая теория З.Фрейда. Защитные механизмы - внутренний предохранитель. Когнитивная теория Ж.Пиаже. Теория научения (бихевиоризм). Деятельностный подход в психологии. Роль социума в воспитании.

Образование как социокультурный феномен и педагогический процесс. Образовательно-воспитательный процесс: источники, цели, содержание моделей с точки зрения основных педагогических категорий. Социоцентрическая модель образовательно-воспитательного процесса. Натурцентрическая модель образовательно-воспитательного процесса. Теоцентрическая модель образовательно-воспитательного процесса. Антропоцентрическая модель образовательно-воспитательного процесса. Современные подходы к созданию типов учебных заведений. Типы учебных заведений. Современные основы дидактики. Виды учебных занятий, формы проведения занятий.

Образовательная система в России; цели, содержание, структура непрерывного образования; единство образования и самообразования, педагогический процесс; воспитательная, образовательная и развивающая функции обучения; воспитание в педагогическом процессе.

Формы организации образовательной деятельности. Общие формы организации образовательной деятельности; урок, лекция, семинарские и лабораторные занятия, диспут, конференция, зачет, экзамен, факультативные занятия, консультации; методы, приемы, средства организации и управления педагогическим процессом.

Классификация технологий. Система методов проблемно-развивающего обучения. Монологический метод обучения. Показательный метод обучения.

Диалогический метод. Эвристический метод. Исследовательский метод. Алгоритмический метод. Программированный метод.

Управление образовательными системами. Управление педагогическими системами. Особенности управления педагогическими системами в РФ.

Семья как субъект педагогического воздействия.

7. Форма отчетности – зачет в очной и заочной форме обучения.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,
Б1.О.07 Русский язык (практикум по орфографии и пунктуации)**

1.Цели освоения дисциплины: формирование у студентов универсальных компетенций, комплекса: знать-уметь-владеть, необходимого для осуществления устного и письменного делового общения на государственном языке.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО: Дисциплина входит в обязательную часть Блока 1.

Изучается в первом и втором семестрах в очной и заочной формах обучения.

Форма контроля: зачет, экзамен в очной и заочной формах обучения.

Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данного курса, базируется на системе знаний, умений и компетенций, полученных студентами в процессе обучения в средних и средних специальных учебных заведениях.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и навыки, необходимые для изучения таких дисциплин, как «Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью», «Русский язык как средство межкультурной коммуникации», «Учебная практика», «Производственная практика», «ГИА».

Взаимосвязь курса с другими дисциплинами ОПОП способствует углубленной подготовке студентов к решению специальных, практических, профессиональных задач и формированию необходимых компетенций.

3.Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля): УК-4; УК-5

4.В результате освоения дисциплины обучающийся:

УК-4 (Коммуникация)

Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке.

Знать: теорию социальных коммуникаций.

Уметь: осуществлять социальные и профессиональные коммуникации.

Владеть: навыками свободной коммуникации в профессиональной сфере

УК-5 (Межкультурное взаимодействие)

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

Знать: теорию и технологии межкультурного взаимодействия

Уметь: применять технологии межкультурного взаимодействия

Владеть: технологией межкультурного взаимодействия

5.Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

6. Структура, краткое содержание дисциплины (модуля) и формы контроля освоения:

Русский язык в современном мире. Русский язык как государственный язык Российской Федерации и как средство межнационального общения. Индоевропейская языковая семья. Группа славянских языков.

Краткая история русского языка.

Русский литературный язык как обработанный и нормированный вариант русского языка. Функциональные стили.

Понятие языковой нормы. Орфоэпические нормы. Лексические нормы. Грамматические нормы. Синтаксические нормы.

Орфография – система правил написания слов. Орфограммы.

Орфографические ошибки

Пунктуация – система знаков препинания и их употребление на письме. Отделительные, разделительные и выделительные знаки препинания. Пунктуационные правила современного русского языка.

Жанры официально-делового стиля:

заявление, объяснительная записка, деловое письмо, автобиография, резюме.

Правила ведения деловой переписки.

Речевые клише и синонимичные конструкции деловых писем.

7. Форма контроля – зачет, экзамен в очной и заочной формах обучения.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», Б.1.О.08 Иностранный язык

1. Цели освоения дисциплины: формирование у студентов универсальных компетенций, комплекса: знать уметь, владеть, необходимого для осуществления устного и письменного делового общения на иностранном языке.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО: дисциплина относится к обязательной части Блока 1.

Изучается с первого по шестой семестр на очной и заочной формах обучения. Форма контроля – зачеты, экзамены в очной и заочной форме обучения.

Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данного курса, базируется на системе знаний, умений и компетенций, полученных студентами в процессе обучения в средних и средних специальных учебных заведениях.

Дисциплина изучается в течение шести семестров. В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и навыки, необходимые для изучения таких дисциплин, как «Компьютерные технологии и Web-дизайн», подготовки к ГИА. Взаимосвязь курса с другими дисциплинами ОПОП способствует углубленной подготовке студентов к решению специальных практических профессиональных задач и формированию необходимых компетенций.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля): УК-4; УК-5

4. В результате освоения дисциплины обучающийся:

УК-4 (Коммуникация)

Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языке(ах)

Знать теорию социальных коммуникаций, особенностей их осуществления на иностранном(ых) языке(ах).

Уметь осуществлять социальные и профессиональные коммуникации, в том числе на иностранном(ых) языке(ах)

Владеть навыками свободной коммуникации, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), в профессиональной сфере

УК-5 (Межкультурное взаимодействие)

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

Знать: теорию и технологии межкультурного взаимодействия

Умеет: применять технологии межкультурного взаимодействия

Владеть технологией межкультурного взаимодействия

5. Общая трудоемкость дисциплины составляет 12 зачетных единиц, 432 ч.

6. Структура, краткое содержание дисциплины (модуля) и формы контроля освоения:

Introduction.

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (to be, a/an, wh-questions), неформальный e-mail, Curriculum Vitae, Case study

Problems.

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (Present Simple, Adverbs), формальный e-mail, Case study

Travelling.

Презентация, упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (have, some/any), формальный e-mail, Страноведение – Britain and the world

Buying online.

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (there is/are), письмо-запрос информации

Who's who

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (word order in questions, defining relative clauses with **who, which, where**), формальный e-mail

At an Art Gallery

Презентация, упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (Present Simple, Present Continuous, Time References) формальный e-mail, describing your favourite painting, письмо, подтверждающее или отклоняющее рассказ

At the airport (at Immigration)

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (adverbs and expressions of frequency), формальный e-mail, Case study

Right place, wrong time

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (Past Simple regular and irregular), составление темы My last holiday, Revision

At the conference hotel

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, презентации, грамматику (Questions with and without auxiliaries), формальный e-mail, страноведение - London, письмо-рекламация

Where are you going?

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (Conjunctions: so, because, but, although, though, like, as), формальный e-mail

Restaurant problems

Презентация, упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (be going to, will/won't + infinitive predictions), письмо-реклама

An Informal Letter

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (Review of tenses: Present Simple/Present Continuous/Past Simple /Past Continuous/ be going to/will/won't + infinitive), письмо о приеме на работу.

Family Conflicts

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (Present Perfect or Past Simple), неформальное письмо, writing a CV

Big cities

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (Comparative and Superlative adjectives), письмо-ответ на рекламацию

Lost in a Big City

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (Comparative and Superlative adverbs), Страноведение - London, письмо-благодарность
Describing the Place you Live

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (will – promises, offers and decisions; prepositions), клише и выражения писем-запросов
Food and Entertainment

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (Past Simple vs Present), план Perfect), письменные рекомендации по запросу информации
People

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (Multiword Verbs), формальное письмо, страноведение -People
Advertising

Презентация, упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (Time Clauses), формальное письмо, Case study.
Companies

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (Questions), письменные рекомендации при заказе товаров
What makes you feel good?

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (uses of the infinitive with to; infinitive of purpose), формальное письмо, письменные выражения при аннулировании заказа
The most exciting sporting events

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (uses of the infinitive with to; infinitive of purpose), формальное письмо, письмо – извещение об отправке товара и счет, страноведение –Sports in the UK
At a department store

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (uses of the infinitive with to; infinitive of purpose), формальное письмо, письмо – уведомляющее о платеже
A Formal Letter

Презентация, упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (Modals: have to, don't have to, must, mustn't), письменные рекомендации по запросу написания инструкций
Making a Decision

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (go + prepositions, verbs + ing), письмо акционерам,
Born to Direct

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (Passives), короткий доклад, письмо - подтверждение заказа и его приоритета
Fears and Phobias

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (Conditionals: first, second), формальное письмо, письменные рекомендации при составлении ответов на запросы
I used to be a rebel

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (Modals: may/might + infinitive-possibility; should/shouldn't + advice), формальное письмо, письменные рекомендации, в которых сообщается об ошибках и несоответствиях
Inventions

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (used to/didn't use to), формальное письмо, письма о разных способах оплаты
A Boat trip

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (Passive Voice), формальное письмо, письмо – напоминание, Страноведение – Leisure in the UK

Waking up is Hard to Do

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (quantifiers: too, too much, too many, word order of phrasal verbs), формальное письмо, письмо – ответ на предупреждение

What a week

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (so, neither + auxiliaries), формальное письмо, письмо – ответ на рекламу

My career

Презентация, упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (Passive Voice), формальное письмо, письмо – напоминание, Страноведение – Education in the UK

Companies

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (Passive Voice), формальное письмо, письмо – напоминание

Great Ideas

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (Passive Voice), формальное письмо, письмо – напоминание, Страноведение – People

Stress

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (Passive Voice), формальное письмо, письмо – напоминание, Страноведение – Health service in the UK

Food: fuel or pleasure

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (Passive Voice), формальное письмо, письмо – напоминание, Страноведение – Food in the UK

If you really want to win, cheat

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (Passive Voice), формальное письмо, письмо – напоминание, Страноведение – Olympic games in the UK

We are family

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (Passive Voice), формальное письмо, письмо – напоминание, Страноведение – People

Describing a person

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (Passive Voice), формальное письмо, письмо – напоминание

My life without money

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (Passive Voice), формальное письмо, письмо – напоминание

In the office

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (Passive Voice), формальное письмо, письмо – напоминание, Страноведение – Traditions in the UK

Cultural shock

Презентация, упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (Passive Voice), формальное письмо, письмо – напоминание, Страноведение – Cultural life in the UK

Judging by appearance

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (Passive Voice), формальное письмо, письмо – напоминание

Rent a flat
 Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику
 (Passive Voice), формальное письмо, письмо – напоминание

Still a friend?
 Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику
 (Passive Voice), формальное письмо, письмо – напоминание

In an ideal world
 Презентация, упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь,
 грамматику (Passive Voice), формальное письмо, письмо – напоминание

Describing a flat
 Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику
 (Passive Voice), формальное письмо, письмо – напоминание, Страноведение – British
 houses

Jobs
 Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику
 (Passive Voice), формальное письмо, письмо – напоминание

Managing people
 Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику
 (Passive Voice), формальное письмо, письмо – напоминание, Страноведение – The
 English language

Conflicts
 Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику
 (Passive Voice), формальное письмо, письмо – напоминание

Cultures
 Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику
 (Passive Voice), формальное письмо, письмо – напоминание, Страноведение – Cultural
 life in the UK

Slow down, you move too fast
 Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику
 (Passive Voice), формальное письмо, письмо – напоминание, Страноведение – Transport
 in the UK

Job swap
 Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику
 (Passive Voice), формальное письмо, письмо – напоминание

Meetings
 Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику
 (Passive Voice), формальное письмо, письмо – напоминание

Same planet, different world
 Презентация, упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь,
 грамматику (Passive Voice), формальное письмо, письмо – напоминание

Making a complaint
 Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику
 (Passive Voice), формальное письмо, письмо – напоминание, Страноведение

Famous films that moved us
 Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику
 (Passive Voice), формальное письмо, письмо – напоминание, Страноведение – Cultural
 life in the UK

I need a hero
 Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику
 (Passive Voice), формальное письмо, письмо – напоминание

Breaking news

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (Passive Voice), формальное письмо, письмо – напоминание, Страноведение – Mass media in the UK

Giving and reacting to news

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (Passive Voice), формальное письмо, письмо – напоминание, Страноведение – Mass media in the UK

Can we make our own luck?

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (Passive Voice), формальное письмо, письмо – напоминание

Detective novels

Упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (Passive Voice), формальное письмо, письмо – напоминание, Страноведение – Justice and the law in the UK

Your TV habits

Презентация, упражнения на лексику, чтение, аудирование, диалогическую речь, грамматику (Passive Voice), формальное письмо, письмо – напоминание, Страноведение – The BBC

7. Форма контроля – зачеты, экзамены в очной и заочной формах обучения.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», Б1.О.09 История зарубежной литературы

1. Цели освоения дисциплины: формирование у бакалавров универсальных компетенций, необходимых для овладения базовыми теоретическими знаниями по истории мировой литературы, основными закономерностями ее развития, творчеством крупнейших представителей зарубежной литературы.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО: Дисциплина входит в обязательную часть Блока 1 учебного плана, реализуется с первого по четвертый семестр очной формы обучения и с первого по пятый в заочной форме обучения.

Форма контроля – зачет, зачет с оценкой, экзамены в очной и заочной формах обучения.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и навыки, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Мировая философия».

Взаимосвязь курса с другими дисциплинами ОПОП способствует планомерному формированию необходимых компетенций и углубленной подготовке студентов к решению специальных практических профессиональных задач.

Изучение дисциплины необходимо для освоения следующих дисциплин: «История зарубежного искусства».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля): УК-5.

4. В результате освоения дисциплины обучающийся:

УК-5 (Межкультурное взаимодействие)

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

Знать: теорию и технологии межкультурного взаимодействия, основные этапы развития и содержательные особенности зарубежной литературы с учетом социально-исторического контекста

Уметь: применять технологии межкультурного взаимодействия, анализировать художественные произведения и использовать знания в области зарубежной литературы в своей профессиональной деятельности, в том числе для межкультурной коммуникации.

Владеть: технологией межкультурного взаимодействия, основными приемами анализа художественного произведения; уважительным отношением к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп.

5. Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц или 288 ч.

6. Структура и содержание дисциплины

Раздел 1. Античная литература.

Периодизация античной литературы.

Основные источники изучения античной литературы.

Миф и сказка. Своеобразие природы, мира и человека в понимании древних греков.

Антропоморфность, героичность греческих богов.

Двойственность устойчивой картины верховных божеств. Боги и герои. Культ героизма. Миф о пяти веках в происхождении человечества.

Художественные особенности «Илиады» и «Одиссеи» Гомера.

«Гомеровский вопрос» (возникновение эпоса, личность Гомера, «теория малых песен», «теория зерна» и т. д.).

Роль археологического открытия Генриха Шлимана для троянского эпоса.

Дидактика как одна из разновидностей эпоса. Ее наставительность, реалистичность. Личность Гесиода, его мировосприятие и особенности времени.

«Труды и дни». «Теогония». История создания, цели написания.

Мифологическая основа поэм. Своеобразие отражения в них образа человека.

Аристотель о древнегреческой трагедии: происхождение, сюжет, герой. («Поэтика»). Трагедии Эсхила: образы Прометея и Зевса в «Прометее прикованном», тема мести, милосердия и справедливости в «Орестее». Роль хора. Монументальность образов, тема выбора и ответственности за него.

Творчество Софокла: трагический герой, прием перипетии, «трагедия рока». «Антигона»: образ Антигоны, конфликт, прием контраста. Эдип как «образцовый трагический герой» («Эдип-царь»). Эволюция древнегреческой трагедии в творчестве Софокла.

Еврипид: новаторство (новое понимание человека, отказ от преобладания хорового начала, роль диалогов).

Образ Медеи: тема выбора и мести («Медея») в сравнении с героями Эсхила и Софокла. Изображение страсти в «Ипполите». Роль монологов Федры.

1. Периодизация римской литературы. Ранняя римская литература. Особенности времени.

Римская комедия: паллиата, тогата.

«Золотой век» римской поэзии. Становление империи, принципат Августа и его программа культурного развития. Кружок Мecenата.

Изменения в системе жанров, формирование классического стиля.

Вергилий: «Буколики», «Георгики» — совершенствование поэтической техники, философия, движение к «высокому» жанру.

«Энеида» как национальный римский эпос, мифологическая основа, композиция, идеологическая составляющая. Влияние гомеровского эпоса и различия в стиле, технике, языке, образах героев и богов.

Тема судьбы, Эней как «человек судьбы». Тема величия Рима, образ великой империи, образ Августа.

Поэзия Горация: «Сатиры», «Эподы», «Юбилейный гимн». Концепция «золотой середины» и ее отражение в одах и посланиях.

Гораций о поэтическом мастерстве («Послание к Пизонам»).

Раздел 2. Литература средних веков и Возрождения

Своеобразие средневековой культуры и сознания, принципиально отличных от культуры и сознания Нового времени.

Письменные памятники, средневековой словесности.

Кельтский эпос, его основные циклы, особенности бытования.

Словесность зрелого Средневековья. Куртуазная лирика Прованса. Поэзия трубадуров. Поэзия миннезингеров. Поэзия вагантов. Становление рыцарского романа. Творчество Кретьена де Труа.

Ренессансный гуманизм как новое течение в культуре Западной Европы.

Жизнь и творчество Данте.

Условия и причины возникновения ренессансного движения в Италии. Периодизация итальянской литературы эпохи Возрождения. Поэтическое новаторство Петрарки в «Книге песен».

Жизнь и творчество Дж. Боккаччо.

Периодизация литературного процесса в Англии. Жизнь и деятельность Мора; позиция Мора в религиозной борьбе эпохи.

Творчество Шекспира. Особенности социально-политического развития Испании в конце XV–XVI вв. Жизнь и творчество Сервантеса.

«Божественная комедия» Данте. Идеино-художественное своеобразие.

Дж. Боккаччо и итальянская новелла эпохи Возрождения

Образ Гамлета как воплощение гуманистического идеала эпохи Возрождения.

Раздел 3. Литература XVII-XVIII веков.

Основные направления в западноевропейской литературе и их главные представители. Барокко: особенности эстетики и поэтики.

Французская литература 17 века. Классицизм: эстетика, этапы развития.

Испанская литература 17 века.

Личность и творчество Лопе де Веги, особенности его мировоззрения.

Новаторство Лопе де Веги как писателя и драматурга. Истоки драматургии Лопе де Веги.

Основные проблемы творчества драматурга. Разновидности драматургии Лопе де Веги: народно-героические драмы и драмы чести, комедии, придворные комедии и «комедии плаща и шпаги», «комедии дурных нравов».

Народно-героическая драма «Овечий источник». История создания и художественные особенности.

Два этапа в истории французской классицистической трагедии (тема, герой, основной драматургический конфликт). П. Корнель и Ж. Расин.

Трагедия Корнеля «Сид»: а) конфликт трагедии, развитие действия, развязка; б) образы Родриго и Химены; в) «Сид» и нормативная эстетика классицизма.

Трагедия Расина «Федра»: а) специфика конфликта; б) изображение внутреннего мира человека, образ Федры.

Просвещение. Основные литературные направления.

Творчество Вольтера. Философская повесть «Кандид».

Д. Дидро. Участие в создании «Энциклопедии». Ж.Ж. Руссо. Трактаты. «Исповедь». «Новая Элоиза».

Д. Дефо и его романы. «Робинзон Крузо».

Д. Свифт. «Путешествие Гулливера».

Немецкая литература 18 века. Просвещение в Германии.

Драма Ф.Шиллера «Разбойники».

2. Образ «благородного разбойника» в мировой литературе. Причины и цели ухода Карла Моора в Богемские леса. 3. Эволюция характеров дейс

И.-В. Гете. «Фауст».

Раздел 4. Литература XIX века (романтизм)

Особенности историко-литературного процесса XIX в. Общие свойства романтической культуры.

Создание эстетической программы немецкого романтизма.

Значение философии Шеллинга в формировании эстетики романтизма.

«Удивительная история Петера Шлемиля»

Нравственная идея в романтизме, роль двоемирия и двойничества.

Романтическая лирика, ее основные темы, образы и формы.

Творчество Г. Гейне. Художественные и идейные задачи «Книги песен».

Романтическая эстетика Э.Т.А. Гофмана.

«Житейские воззрения кота Мурра» - роман эпохи. Ирония Гофмана над самим романтизмом.

«Озерная школа»: теоретическое обоснование английского романтизма в трудах С.Т. Колриджа, У. Вордсворта, Р. Саути.

Творчество Дж. Байрона. Понятие «байронизм». Романтический герой в творчестве Дж. Байрона.

«Чайльд Гарольд» как новый тип лиро-эпической поэмы.

Творчество В. Скотта. Эволюция жанра исторического романтического романа.

Воплощение исторических и эстетических принципов в романах «Квентин Дорвард» и «Айвенго».

Философские и социальные истоки французского романтизма. Периодизация.

Психологический и социальный роман Ж. Санд («Консуэло», «Индиана»*), тема искусства и творческой личности в ее романах.

Творчество В. Гюго. Предисловие к драме «Кромвель» как манифест французского романтизма.

Специфика историзма романа «Собор Парижской Богоматери»: система образов, концепция романтического героя, проблема просвещения и религии, гротеск в романе.

Раздел 5. Литература XIX века (реализм)

Связь реализма с романтизмом, изменение хронотопа, основные темы.

Роль романа во французском реализме.

Творчество Ф.Стендаля. Философия, этика и эстетика писателя.

Эволюция человека и общества в романе «Красное и черное». Смысл названия, принципы создания главных героев, тема Наполеона в романе.

Основные признаки реалистической психологической прозы Стендаля.

Эстетика О. Бальзака.

Замысел «Человеческой комедии» и его реализация. Типология бальзаковских героев. Образ ростовщика-банкира в «Гобсеке».

Концепция общества и личности, нравственность и деньги, сущность семейных отношений в романе «Отец Горио».

Развитие реализма в произведениях Флобера. Философия, этика и эстетика, концепция «Госпожа Бовари» - проблематика, композиция, новый тип героя и новое истолкование проблемы утраченных иллюзий.

Эстетика Ч. Диккенса. Проблема юмора и сатиры.

«Домби и сын» - своеобразие связи человека и предметного мира, особенности анализа внутреннего мира личности, роль и способы создания гиперболы, связь со сказкой.

Творчество У.Теккерея. Тенденция «дегероизации» в романе «Ярмарка тщеславия». Сатира как отражение миропонимания Теккерея.

Раздел 6. Литература XX век

Жан-Поль Сартр. Атеистический экзистенциализм в романе «Тошнота». Идея свободы выбора. Абсурдность бытия.

Театр абсурда как «театр борьбы» против буржуазного и реалистического театра.

«Лысая певица» Ионеско. Бессмысленное общение героев как изображение коммуникативных проблем человека.

«В ожидании Годо» Беккета. Речь Лаки как «крик через пропасть от бессилия к Аполлону». Образ Годо.

Эстетические взгляды О. Уайльда, их воплощение в романе «Портрет Дориана Грея».

Исследование жизни духа в немецком «интеллектуальном романе».

Гессе и психоанализ. Смысл названия романа «Игра в бисер» Гессе. Игра в бисер – бесполезная игра или жизненная необходимость? Композиционное построение романа «Игра в бисер». Путь Йозефа Кнехта.

«Любовница французского лейтенанта» Дж. Фаулза как постмодернистский роман: игра с читателем, варианты финала, стилизация.

Причины появления антиутопии как жанра.

Жанры утопии и антиутопии ("Утопия" Т. Мора, О. Хаксли, Дж. Оруэлл, Рэй Брэдбери). Романы-антиутопии О. Хаксли "О дивный новый мир" и Дж. Оруэлла "1984".

"Советскость" и универсализм художественного мира Оруэлла. Черты тоталитарного режима в романе "1984". Творчество Э. Базена. Художественный мир Ф. Саган.

7. Форма контроля – зачеты, зачеты с оценкой, экзамены в очной и заочной формах обучения.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ **по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,** **Б1.О.10 История русской литературы**

1. Цели освоения дисциплины: формирование у бакалавров универсальных компетенций, необходимых изучению истории русской литературы в контексте общекультурного процесса.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО: Дисциплина входит в обязательную часть Блока 1 учебного плана, реализуется со второго по пятый семестр, форма контроля – экзамен.

Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данного курса, формируются в процессе изучения таких дисциплин, как: «Картина мира древнерусского книжника».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и навыки, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Русская философия».

Взаимосвязь курса с другими дисциплинами ОПОП способствует планомерному формированию необходимых компетенций и углубленной подготовке студентов к решению специальных практических профессиональных задач.

Изучение дисциплины необходимо для освоения следующих дисциплин: «История русского искусства».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля): УК-5.

4. В результате освоения дисциплины обучающийся:

УК-5 (Межкультурное взаимодействие)

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

Знать: теорию и технологии межкультурного взаимодействия.

Уметь: применять технологии межкультурного взаимодействия.

Владеть: технологией межкультурного взаимодействия.

5. Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц, 288 ч.

6. Структура, краткое содержание дисциплины:

Типологические особенности русской классической литературы XIX века

XIX век – «золотой век» русской литературы. Литература высоких идеалов. Постановка вечных и «проклятых» вопросов. Литература и философская мысль. Писатель – «соль земли», властитель дум. Рождение типа писателя, «страдающего от несвоего горя». Тема «маленького человека». Религиозно-философские искания русских писателей XIX века. Идея милосердия как высшей справедливости. Утверждение добра как эстетической ценности. Правдоискательство. Антибуржуазность, развенчание индивидуализма. Демократизм. Психологизм – великие открытия в сфере изображения внутреннего мира человека. Диалектика души.

Основные течения в литературном процессе начала XIX века. Процесс перехода от классицизма, просветительского реализма и сентиментализма к романтизму. Социальные и философские корни романтизма. Разочарование в результатах Великой французской революции и в буржуазной цивилизации в целом. Сущность романтизма в «абсолютизировании человеческого субъекта и преодолении этой абсолютизации путем расширения человеческого субъекта до космических размеров» (А.Ф. Лосев). Панэстетизм – гипертрофия эстетического начала: «Чем поэтичнее, тем истиннее» (Новалис). Вненормативность эстетики. Утверждение творческой свободы художника. Апология личности, культ индивидуальности. Осознание противоречий бытия (идея двоемирия и иррациональности, антиномичности внутреннего мира человека). Расцвет лирики. Расширение возможностей поэтического слова. Жанры исповеди, баллады, романтической поэмы.

Полемика между «архаистами» и новаторами по поводу старого и нового слога. «Беседа любителей русского слова» и «Арзамас». Творчество Г.Р. Державина как связующее звено между классицизмом и реализмом. Гражданская поэзия декабристов (Рылеев, Кюхельбекер)

Творчество В.А. Жуковского (1783–1852)

В.А. Жуковский – основоположник русского романтизма. Связь с западноевропейским романтизмом. Гармония «своего» и «чужого» в поэзии. Единство этики и эстетики («Жизнь и поэзия одно»). Жанры элегии и песни. Новаторство в разработке средств выражения внутреннего мира человека (выражения «невыразимого»): эмоционально-оценочные эпитеты, словесные лейтмотивы, полисемантизм слова («К ней», «Весеннее чувство», «Песня», «Таинственный посетитель»). «Пейзаж души»: «Вечер», «Невыразимое».

Балладное творчество. Баллады – «маленькие драмы». Романтическая концепция любви до гроба и за гробом («Людмила», «Теон и Эсхин», «Эолова арфа»). «Светлана» – русская баллада. Жуковский – «гений перевода» («Лесной царь»). Поэтика таинственного и непостижимого в балладе.

Поэтическое творчество К.Н. Батюшкова (1787–1855). Предромантический характер раннего творчества («Мечта», «Элегия»). Лирический герой – поэт-мечтатель, философ-эпикурец. Жанры дружеского послания, посвящения. «Мои пенаты». Культ любви, дружбы, поэзии. Анакреонтические стихи («Элизий», «Радость», «Вакханка»). Мелодичность стиха, пластичность образов.

Война 1812 года. Разочарование в просветительской философии, разуверение в человеческой природе («К Дашкову»). «Северные элегии»: «Переход через Рейн», «Тень друга», «На развалинах замка в Швеции». Любовные элегии: «Мой гений», «Пробуждение».

Творчество А.С. Пушкина (1799-1837). Лирика. Лицейский период – пора ученичества и творческих поисков. Усвоение традиций классицизма, эпикуреизма Батюшкова, элегического романтизма Жуковского, «легкой» французской поэзии. Петербургский период. Участие в «Арзамасе», «Зеленой лампе». Вольнолюбивая лирика: «Вольность», «Деревня», «К Чаадаеву», политические эпиграммы. Южная ссылка. Романтические мотивы лирики («Погасло дневное светило», «Редет облаков летучая гряда»). Кризис романтического свободомыслия: «Кто, волны, вас остановил», «Демон», «Свободы сеятель пустынный». Михайловский период. Реалистический стиль лирики: «Зимний вечер», «Зимняя дорога». Болдинская лирика 1830 года: «Бесы», «Элегия», «Стихи, сочиненные ночью во время бессонницы». Исповедальность, философичность. Антологические эпиграммы: «Царскосельская статуя», «Труд». Лирика 30-х годов: «Осень», «Не дай мне бог сойти с ума», «Пора, мой друг, пора», «Странник», «Вновь я посетил», «Из Пиндемонти», «Я памятник себе воздвиг нерукотворный». Темы творчества, смерти и бессмертия.

Жанр поэмы у Пушкина. Своеобразие романтизма «южных поэм». Герой, этнографический элемент и особенность финала «Кавказского пленника». Преодоление байронизма в поэме «Цыганы». Жанр «шутливой поэмы»: «Граф Нулин», «Домик в Коломне». «Медный всадник» – социально-историческая и философская поэма. Проблема личности и власти. Стиль и стих поэмы.

«Евгений Онегин» – первый реалистический роман в русской литературе. «Энциклопедия русской жизни» – совмещение судьбы современного героя с богатством картин русской жизни и духовным опытом нации. Образ героя времени, его эволюция. Образ Татьяны как воплощение русского национального характера. Образ автора. Поэтика романа: жанр, композиция, стиль и стих. Онегинская строфа.

Драматургия Пушкина. «Борис Годунов» – реалистическая трагедия нового типа. Герой и народ в трагедии (взаимосвязь «судьбы человеческой» и «судьбы народной»). Преодоление канонов классицизма и обращение к традициям Шекспира. «Маленькие трагедии». Нравственно-философская проблематика. Особенности жанра и стиля. Глубина психологического анализа.

Проза Пушкина. «Повести Белкина» – начало русской реалистической прозы. Демократизация тематики, образ «маленького человека». Своеобразие повествования

(множественность рассказчиков) и стиля. «Петербургская повесть» «Пиковая дама». Образ Петербурга. Германн – новый «эгоистический» герой. Проблема власти денег. Особенности психологизма. Теоретическое осмысление Пушкиным собственного новаторства («Точность и краткость – вот первые достоинства прозы. Она требует мыслей и мыслей...»).

Поэты пушкинской поры. Д.В. Давыдов (1784–1839) – старший поэт «плеяды». Соотношение автобиографической личности с лирическим героем его гусарских посланий и песен («Бурцову», «Гусарский пир»). Самобытная поэтика. Н.М. Языков (1803–1847). Жанр студенческой песни: «Из страны, страны далекой», «Пловец» («Нелюдимо наше море»).

Воплощение разгула души как проявления русской натуры. А.А. Дельвиг (1798–1831). Идиллии, подражание древним. Попытка создания «русской идиллии». «Русские песни» – стилизация под народные песни: «Соловей мой, соловей», «Не осенний частый дождичек». П.А. Вяземский (1792–1878). «Декабрист без декабря» (политическое фрондерство преддекабрьской поры). Переход от легкой поэзии к жанру эпиграммы. Сатира «Русский бог». Элегия «Первый снег». Меланхолические стихи на тему дороги: «Тройка», «Дорожные думы», «Хандра», «Еще тройка».

Поэтическое творчество Е.А. Баратынского (1800–1844). Е.А. Баратынский – поэт позднего романтизма. Эпикурейские мотивы ранней лирики. Жанр «аналитической» элегии: «Признание», «Оправдание». Тема поэта и поэзии: «Мой дар убог», «Муза». Философская лирика: осмысление глубоких противоречий бытия и духа. Сборник «Сумерки» – отражение трагического мироощущения поэта «железного века»: «Осень», «На что вы, дни», «Бокал», «Последний поэт».

Поэзия М.Ю. Лермонтова (1814–1841). Лирика Лермонтова – послепушкинский этап развития русской поэзии. Монолог-исповедь – излюбленный жанр ранней лирики («1831 июня II дня»), Автобиографизм в сочетании с романтической образностью («Нет, я не Байрон»). Лирический герой – сильная личность, противопоставившая себя целому миру. Переход от юношеской лирики к зрелой (1833–1838). Осознание трагизма отверженности («Пророк»). Поиски сверхличных ценностей, внимание к «чужому» сознанию («Бородино»). Зрелая лирика 1837–1841 годов. Появление нового лирического героя – человека «простого» сознания («Завещание», «Валерик»). Усиление роли повествовательно-лирических жанров («Дары Терека», «Тамара»). Объективация лирического «я» в пейзажно-символических стихотворениях «Утес», «Тучи», «Листок». Основные образы и мотивы лирики: «лермонтовский человек»; мотивы одиночества, отверженности, скитальчества, избранничества, свободы, неразделенной любви, смерти.

Жанр поэмы. «Демон» – вершина русской романтической поэмы. Образ Демона в контексте мировой литературы. Демон – двойник лермонтовского лирического героя. Философский смысл поэмы; диалектика мысли о добре и зле, мятеже и гармонии, любви и ненависти, духовном падении и возрождении. «Демон» в живописи и музыке.

Проза и драматургия М.Ю. Лермонтова. «Герой нашего времени» – первый русский социально-психологический и философский роман. Проблема личности и общества, Средства создания образа героя времени. Сюжет и композиция романа. Психологический анализ в романе. Философские проблемы добра и зла, свободы воли и предопределения, предназначения человека. Дискуссия о художественном методе романа.

Драматургия. Драма «Маскарад». Связь драматургии Лермонтова с традициями европейской и русской драмы. Отражение в драматургии идеи самопознания и шеллингианской идеи диалектического совмещения и противоборства в человеке добра и зла. Автобиографизм сюжетов драм. Тематическая и мотивная общность драматургии и лирики. «Маскарад» – вершина русской романтической драмы. Символика маскарада и игры. Демонический герой (Арбенин и Демон). Проблема возрождения через любовь. Развенчание позиции всеобъемлющего отрицания.

Творчество Н.В. Гоголя (1809-1852). Своеобразие романтизма цикла «Вечера на хуторе близ Диканьки». Малороссийская тематика. Фольклорная фантастика. Персонификация зла. Сочетание комизма и лиризма. Сказовая манера повествования.

Цикл «Миргород» – продолжение «Вечеров». Идиллическое и ироническое в «Старосветских помещиках». Романтическое двоемирие в «Вие»: контраст дневного и ночного, реального и ирреального. Сочетание мистического, комического и лирического. Комическая патетика, алогизм – главные особенности поэтики «Повести о том, как поссорился Иван Иванович с Иваном Никифоровичем». Образы «существователей».

Петербургские повести. Петербург – город антихриста. Тема миража, обмана. Соединение фантастического и реального. Разлад между мечтой и действительностью, тема гибели красоты в меркантильном мире («Невский проспект»). Трагическое и комическое в «Записках сумасшедшего». Тема безумия. Тема гибели таланта в мире купли-продажи («Портрет»). Своеобразие раскрытия темы «маленького человека» в «Шинели». Гротеск и абсурд в повести «Нос».

Духовная драма Гоголя. «Выбранные места из переписки с друзьями», «Авторская исповедь».

Литературно-критическая деятельность В.Г. Белинского (1811-1848). Связь текущего литературного процесса с историей русской и западноевропейской литературы в литературно-критическом наследии Белинского. Литературно-эстетическое значение годовых обзоров русской литературы (в особенности 1846–1847 годов). Концепция развития русской литературы. Роль Белинского в развитии «натуральной школы». Органическое сочетание критики, теории и истории литературы в статьях о Пушкине, Лермонтове, Гоголе. Воздействие личности и идей критика на русских писателей XIX века. Значение литературно-критического наследия Белинского для развития русской литературы и формирования отечественного литературоведения.

Творчество И.А. Гончарова (1812-1891). Раннее творчество. Стихотворные опыты. Гончаров и «натуральная школа». Синтез «высокого романтизма» и

«натуральной школы» – основа гончаровского «художественного реализма». Открытие «диалектики» характера и ее отражение в романе «Обыкновенная история». Эволюция характера Александра Адуева и художественные принципы гончаровского психологизма. «Диалогический конфликт» в романе. Способы выражения авторской позиции.

Роман «Обломов» – вершина творчества писателя. Пушкинская и гоголевская традиции в романе. Оппозиция «Обломов – Штольц» как коллизия жизни-покоя и жизни-движения. «Отчуждение» Обломова как способ духовного самосохранения. Обломов и «обломовщина». Философская сложность центрального персонажа: социальное, национальное и общечеловеческое в нем. Испытание любовью. Женские образы в романе. Добролюбов и Дружинин об Обломове.

Роман «Обрыв» как «эпос любви». Образ Райского. Райский и Обломов. Бунт Веры и его трагические последствия. Антинигилистическая тенденция в романе (образ Марка Волохова). Символика названия и финала романа. Поэтика романов Гончарова. Трилогия «Обыкновенная история», «Обломов», «Обрыв» как художественное единство.

Поэзия «чистого искусства». Основные принципы направления. Воспевание прекрасного в окружающей жизни и в чувствах человека. Основные представители: А.Н. Майков, Я.П. Полонский отчасти А.К. Толстой. Особенности их поэзии.

Творчество А.А. Фета – самого яркого представителя направления. Романтическая лирика Фета и ее основные мотивы (природа, любовь, искусство). Поэтические циклы: «Весна», «Лето», «Осень», «Снега», «Гадания»; соединение лирики природы с лирикой чувств. Любовная лирика: «Сияла ночь, луной был полон сад», «Свеж и душист твой роскошный венок», «Только в мире и есть, что тенистый», «Я повторял: «Когда я буду». Трагическое в любовной лирике («Ты отстрадала, я еще страдаю»), связанное с образом Марии Лазич. Импрессионистический элемент в лирике: «На стоге сена ночью южной», «Шепот, робкое дыханье», «Это утро, радость эта». Поздняя лирика («Вечерние огни»): философская проблематика, трагические мотивы. «Лирическая дерзость» (Л.Н. Толстой) как особенность поэтики Фета. Ритмика и мелодика стиха.

Поэтическое творчество Ф.И. Тютчева (1803-1873). Место Тютчева в истории русской поэзии. Философские основы его лирики: философия Шеллинга, Гегеля, «русский идеализм». Тютчев – поэт позднего романтизма. Своеобразие трактовки природы в его лирике («Весенняя гроза», «Весенние воды», «Осенний вечер», «Есть в осени первоначальной», «Летний вечер»). Параллелизм явлений природы и человеческой жизни. Пантеизм («Не то, что мните вы, природа», «Видение», «Сумерки»). Тема хаоса и космоса («Сон на море», «Как океан объемлет шар земной», «День и ночь»). Человек и

мироздание. Мотив одиночества, катастрофизм мышления («О чем ты воешь, ветр ночной», «Бессонница», «Последний катаклизм»). Любовная лирика («Я помню время золотое», «Я встретил вас», «Последняя любовь»). «Денисьевский цикл» – воплощение романтической концепции любви как рокового поединка («О, как убийственно мы любим», «Предопределение», «Чему молилась ты с любовью», «Не говори: меня он, как и прежде, любит», «О, не тревожь меня укором справедливой», «Весь день она лежала в забытьи», «Накануне годовщины 4 августа 1864 года»). Славянофильские мотивы («Эти бедные селенья», «Умом Россию не понять»). Своеобразие мелодики и ритмики тютчевского стиха. Импровизационное начало, жанр фрагмента.

Поэтическое творчество Н.А. Некрасова (1821-1878). Место Некрасова в истории русской литературы. Пушкинская традиция и формирование некрасовской поэтики. Сборник «Мечты и звуки». Поэтика «натуральной школы» и ее отражение в лирике Некрасова («На улице»). Автор и лирический герой в лирике. Способы воплощения авторского сознания («Умру я скоро. Жалкое наследство», «Рыцарь на час»). Образ лирического героя в «Последних песнях». «Ролевая» лирика («Огородник», «Калистрат»). Стихотворная сатира («Нравственный человек», «Колыбельная песня»). Любовная лирика. Поэтика «панаевского цикла» («Я не люблю иронии твоей», «Мы с тобой бестолковые люди»). Новаторство поэзии Некрасова.

Расширение возможностей лирики за счёт включения эпического и прозаического элементов. Жанровый состав лирики (пародия, фельетон, репортаж). Обновление поэтического словаря, «говорной стих».

Творчество И.С. Тургенева (1818-1883). Философские искания Тургенева и его художественное мирозерцание. Философия природы Гегеля и художественная натурфилософия Тургенева. Лирическая поэзия Тургенева и его психологическая проза. Романы Тургенева – отражение смены умственных течений в русском обществе. Временное и вечное в романах. Герой – русский человек «культурного слоя». Образ «тургеньевской девушки». «Тайный» психологизм как средство раскрытия внутреннего мира героя. «Рудин», «Дворянское гнездо», «Накануне», «Отцы и дети». Роль любовной коллизии в романах.

Повести о трагическом значении любви. «Ася», «Первая любовь», «Вешние воды». Тургеньевская концепция любви. Статья Чернышевского «Русский человек на rendez-vous». Поэтика повестей. «Таинственные повести»: «Песнь торжествующей любви», «После смерти (Клара Милич)».

«Стихотворения в прозе». Символическое воплощение в цикле художественного мира писателя. «Сквозные» символы и их роль в организации цикла.

Драматургия Тургенева. «Театр Клары Газуль» П. Мериме и пьеса Тургенева «Неосторожность». От водевиля «Безденежье» до психологических комедий «Месяц в деревне» и «Вечер в Сорренто». Преодоление театральной условности, отказ от мелодраматической аффектации. Традиция провербов (драматических пословиц) А. Мюссе в комедии «Где тонко, там и рвется». Пьеса О. Бальзака «Мачеха» и «Месяц в

деревне». Разработка той же сюжетной схемы (соперничество двух женщин) в «Вечере в Сорренто». Мастерство психологического анализа: искусство диалога, подтекст. Тургенев-драматург – предшественник Чехова.

Драматургия А.Н. Островского (1823-1886). Творчество 40–50-х годов. Ранний Островский и Гоголь. Купеческий мир в комедии «Свои люди – сочтемся!». «Молодая редакция» «Москвитянина» и отражение ее идей в творчестве драматурга 50-х годов. Поиск положительных начал народной жизни в «славянофильских» пьесах «Не в свои сани не садись», «Бедность не порок», «Не так живи, как хочется». Фольклорная основа их поэтики.

Творчество в канун реформы. Общественный подъем 1855–1861 годов и усиление критических начал в драматургии. «Доходное место». «Гроза» – самое значительное произведение дореформенного периода. «Гроза» как трагедия. Мотив «трагической вины» в «Грозе». Система символов в драме.

Островский в пореформенный период. Сатирические комедии из дворянского быта: «На всякого мудреца довольно простоты», «Бешеные деньги», «Лес», «Волки и овцы». Сложная интрига комедий, богатство литературных и культурных ассоциаций. Обобщенный образ мира Островского в «Снегурочке». Формирование психологическом драмы («Бесприданница»). Тема театра в пьесах Островского: «Лес», «Таланты и поклонники», «Без вины виноватые». Новаторство драматургии Островского.

Творчество Н.С. Лескова (1831–1895). Первый период формирования поэтики Лескова. Участие писателя в литературной и общественной полемике. Публицистическое начало в творчестве. Лесков и традиции «антинигилистического романа» («Некуда», «На ножах»); идея трагической бесперспективности революционного движения в России. Философия свободы и ее воплощение в художественной системе Лескова. Повесть «Леди Макбет Мценского уезда». Формирование поэтики лесковского сказа. Сказ в «Очарованном страннике». Произведения о талантливости и судьбе русского человека («Очарованный странник», «Левша», «Тупейный художник»). Образ праведника у Лескова («Однодум», «Несмертельный Голован», «Соборяне»). Народная языковая стихия в произведениях Лескова. Разнообразие форм повествования. Лесковский сказ. Лесков и фольклор.

Творчество Ф.М. Достоевского (1821-1881). Общественные и литературные искания Достоевского в 40-е годы. Кружок Петрашевского и его роль в формировании взглядов писателя. Переосмысление традиций «натуральной школы» в романе «Бедные люди». Пушкинские и гоголевские мотивы в романе. Новаторство в разработке темы «маленького человека». Особенности петербургского пейзажа, символика имен. Феномен двойничества в романтизме и в повести «Двойник». «Сентиментальный роман» «Белые ночи». Образ мечтателя.

«Дело» петрашевцев. Каторга и ссылка. «Записки из Мертвого дома» – источник тем и сюжетов для последующих произведений Достоевского. Осмысление писателем особенностей послереформенной жизни России. Тип «подпольного человека» – идейно-художественное открытие Достоевского

(«Записки из подполья»). Социально-историческая и психологическая природа «подпольного» антигероя. «Подполье» как образ жизни и как метафора.

Достоевский – автор «Пятикнижия». Роман «Идиот». Образ «положительно прекрасного человека». «Князь Христос» – князь Мышкин – как художественный характер. Образ Настасьи Филипповны: тема поругания красоты и спасения мира красотой. Князь Мышкин и Рогожин. «Апокалипсические» мотивы в романе.

Роман-памфлет «Бесы». «Нечаевское дело» и его художественное осмысление. Роль эпитафий. Проблема «отцов и детей». Ставрогин – представитель «высшего культурного слоя», идейно-нравственный вдохновитель «бесовства». Природа «эстетизма» его сознания и поведения. Значение в замысле романа исключенной главы «У Тихона». Идеи «человекобога» и «народа-богоносца». Значение женских образов в романе. «Бесовство» как философско-этическая проблема.

«Братья Карамазовы» – итоговый роман, отражение в нем важнейших тем и идей творчества Достоевского. Связь сюжетного, психологического и философского начал в романе. История Карамазовых – обобщенное «изображение ... нашей современной интеллигентской России» (Ф.М. Достоевский). Философия и психология преступления и наказания, борьба «божьего» и «дьявольского» в человеке, борьба между жадой веры и неверием в романе. «Поэма о Великом инквизиторе» Ивана Карамазова как теодицея «от противного». Образ старца Зосимы. Алеша Карамазов – «ранний человеколюбец». Женские характеры в романе. Тема «русских мальчиков». Поэтика романа.

Жанровое своеобразие романов Достоевского. Особенности психологизма и «полифония» романов. Способы раскрытия авторской позиции.

Творчество Л.Н. Толстого (1828-1910). Раннее творчество Толстого. «Детство», «Отрочество» и «Юность» – художественное исследование душевной жизни и духовного развития; нравственный идеал, «чистота нравственного чувства» как основа такого исследования. «Севастопольские рассказы»: человек на войне, проблема патриотизма. Изображение «диалектики души» как метод и форма психологического анализа. Чернышевский о «Детстве», «Отрочестве» и военных рассказах Толстого.

«Мысль семейная» в романе «Анна Каренина». Ее связь с общественной, умственной, духовной жизнью России пореформенного времени. Нравственная концепция романа в свете библейского эпитафия. Сущность трагедии Анны. Соотношение «линий жизни» Анны и Левина. Религиозно-философские искания Константина Левина как отражение духовных исканий Толстого. Жанровые черты семейного и психологического романа, особенности психологического анализа в «Анне Карениной». Статья Достоевского «Анна Каренина».

Духовный кризис Толстого («перестройка всего мирозерцания») на рубеже 1870–1880-х годов. Переход на позиции патриархально-крестьянского мировидения, идея «опрощения». Философско-религиозное «еретичество» Толстого («Исповедь», «В чем моя вера?»). Найденный в народной жизни ответ на вопрос о смысле жизни.

Преобразование художественной системы писателя как выражение новых убеждений. «Народные рассказы».

Повести Толстого 80–90-х годов. «Смерть Ивана Ильича», «Крейцерова соната» (открытая идейная тенденциозность как принцип художественной организации). Тема «ухода» в повести «Отец Сергей». Повесть «Хаджи-Мурат» – пролог к художественным завоеваниям нового века.

Драматургия Толстого. Социальная трагедия из крестьянской жизни «Власть тьмы»: нравственная проблематика и характеры. Сатирическая комедия «Плоды просвещения». Драма «Живой труп». Трагический характер Феди Протасова. Традиции и новаторство драматургии.

Проза А.П. Чехова (1860-1904). Начало творческого пути. Чеховская юмористика. Развитие и переосмысление традиционных тем и образов русской литературы XIX века («Толстый и тонкий», «Смерть чиновника», «Злоумышленник»). Произведения середины 1880-х годов: «Тоска», «Счастье», «Враги», «Степь», «Припадок» (лиризм, психологический анализ).

Поездка Чехова на Сахалин. Постановка важнейших проблем времени и человеческого бытия в произведениях «Скучная история», «Палата № 6», «Рассказ неизвестного человека», «Черный монах», «Моя жизнь», «Дом с мезонином». Принцип объективности; способ выражения авторской позиции. Идейная и творческая независимость Чехова от народничества, толстовства, либеральных иллюзий. Тема жизни, «уклонившейся от нормы»: «Попрыгунья», «Учитель словесности», «Анна на шее». Своеобразие произведений конца 1890 – начала 1900-х годов: «Дама с собачкой», «Архиерей», «Невеста». Темы «высших целей бытия», ухода от старой жизни. Особенности жанра «чеховского рассказа»: лаконизм, особая роль художественной детали, открытые финалы.

Драматургия А.П. Чехова. Пьесы Чехова – новый этап в развитии русской и мировой драматургии. Новаторство Чехова в «Чайке», «Дяде Ване», «Трех сестрах», «Вишневом саде». Новый характер конфликта, роль лирического «подводного течения», жанровое своеобразие, принцип соединения трагического и комического, символическая образность. Чехов и Московский художественный театр.

Типологические особенности русской литературы XX века. Влияние на развитие русской литературы глобальных исторических событий XX века (Октябрьская революция 1917 года, крушение СССР в начале 90-х г.г.), дважды приведших к кардинальной смене как социально-экономической, так и духовно-эстетической парадигмы. Сложность и насыщенность русской литературы XX века, большое количество дискуссионных фигур и явлений. Художественные поиски и эксперименты в русской литературе XX века. Особая судьба реализма в XX веке.

Дореволюционное творчество А.М. Горького (1868-1936). Литературно-эстетические искания М. Горького 90-х г.г. XIX в. Проблема идеала и действительности

в ранних произведениях писателя («О чиже, который лгал, и о Дятле - любителе истины», «Читатель»). Роль русской и западной литературы в становлении Горького-художника. Проблематика к особенностям творчества 90-х XIX. Два пласта ранних рассказов: героико-романтические легенды и реалистические произведения как отражение двух разных: подходов писателя к изображению русской действительности и поисков выхода из «свинцовых мерзостей» жизни. Своеобразие горьковского романтизма. Поэтизация подвига, силы человеческого духа, борьбы за свободу личности. Основные темы реалистической прозы. Рассказы и повести о босаях, их гуманистическая и демократическая направленность («Челкаш», «Коновалов», «Супруги Орловы», «Бывшие люди»). Отношение автора к людям «дна». Изображение мещанства, купеческой среды, интеллигенции в произведениях 90-х гг. («Кирилка», «Тоска», «Колокол», «Скуки ради», «Встреча»). Автобиографичность ранних произведений М. Горького. Образ повествователя. Сюжетно-композиционные особенности, своеобразие пейзажных описаний, языка.

Новые черты реализма в романах «Фома Гордеев» и «Трое». Темы «отцов» и «детей», первоначального поколения, исторических судеб русского капитализма, личности и среды.

Творчество М. Горького 1901-1907 гг. Драматургия 900-х гг. «Мещане» как социально-психологическая драма. Особенности конфликта; общественное значение пьесы. Проблематика пьесы «На дне». Своеобразие горьковского подхода к теме интеллигенции в драмах «Дачники», «Дети солнца», «Варвары». Новаторство Горького-драматурга.

Отражение событий первой русской революции в публицистике и художественном творчестве. «Враги» как социально-политическая драма. Проблема формирования революционного сознания, психологии нового героя в романе «Мать».

Творчество М. Горького 1907-1917 гг. Тема мещанства и омещанившейся интеллигенции в произведениях «окуровского» цикла («Городок Окуров», «Жизнь Матвея Кожемякина»). Повесть о деревне «Лето». Изображение моральной деградации, распада семейных отношений в буржуазно-дворянской среде («Последние», «Васса Железнова», «Зыковы»). Черты русского национального характера, образ «проходящего» в цикле рассказов «По Руси». Реальное и романтическое в «Сказках об Италии». Поэтизация труда, стремления к свободе, справедливости. «Русские сказки». Становление личности человека из народа в автобиографических повестях «Детство», «В людях», «Мои университеты».

Принципы изображения главного героя. Этико-философские драмы «Старик», «Фальшивая монета». Организаторская деятельность писателя в годы Первой мировой войны. Сложность общественно-политической позиции М. Горького в 1917-1918 гг. «Несвоевременные мысли». Общие дооктябрьского периода творчества писателя, его значение в истории русской и мировой литературы.

Тема: Драма А.М. Горького «Мещане». Творчество И. А. Бунина (1870-1953)

Традиции русской классики и главные тенденции в художественной манере писателя. И. Бунин-поэт. Воспевание русской природы, родной земли, преемственность с традиционной поэтикой, мотивами лирики А.Фета, А. Толстого, Ф. Тютчева («Листопад»).

Ранняя проза И. Бунина. Темы разорения, обнищания деревни, распада старого патриархального быта («Танька», «На край света», «Вести с родины»). Лирические рассказы начала 900-х гг. Отражение в них авторских раздумий о мире, человеческой судьбе, прошлом и настоящем, поэтизация усадебно-помещичьего быта («Антоновские яблоки», «Эпитафия», «Новая дорога», «Тишина», «В августе», (Осенью)). Своеобразие бунинского стиля: живописность, лиризм, изобразительность. Бунин-новеллист. Автобиографические мотивы в прозе 900-х гг. («Цифры», «У истока дней»),

Сложность и противоречивость бунинского отношения к событиям 1905 года, к судьбам России, народа в повести «Деревня». Образы братьев Красовых. Проблемы народа, исторического прошлого и будущего страны. Финал повести, ее восприятие современной критикой. Особенности повествовательной манеры писателя, изображения быта. Смысл философских размышлений героев, их близость автору.

Тема оскудения, вымирания дворянской усадьбы в повести «Суходол». Ее автобиографическая основа. Образ Натальи как воплощения «суходольской души». Бунинская концепция русского национального характера. Лиризм повести.

Драматизм судеб русских людей, представителей крестьянства, в рассказах 1910-х гг. «Захар Воробьев», «Веселый двор», «Ночной разговор», «Сверчок». Острота и напряженность жизненных ситуаций, их правдивость, реалистическая достоверность, убедительность характеров героев, сочувственное отношение к ним писателя.

Острое ощущение неблагополучия, катастрофичности жизни в эпоху нарастания противоречий буржуазной действительности в рассказах «Господин из Сан-Франциско», «Братья». Использование символических образов, мифологических мотивов, сюжетов, библейской тематики.

Проблемы смысла и ценности жизни, любви, счастья в рассказах и повестях «Чаша жизни», «Легкое дыхание», «Грамматика любви», «Сны Чанга». Полемика с Ф. Достоевским в рассказе «Петлистые уши». Бунинская трактовка темы «преступление и наказание». Своеобразие психологизма писателя. Насыщенность повествования выразительными деталями, пейзажными описаниями, философско-лирическими отступлениями. Высокая степень объективности в раскрытии сложных коллизий, исключительных отношений между героями. Активность авторской позиции.

Противоречивое отношение И. Бунина к событиям 1917-1920 гг. Дневниковая книга «Окаянные дни». Творчество И. Бунина эмигрантского периода, его органическая связь и преемственность с дооктябрьским творчеством и жизненным опытом писателя. Автобиографический роман «Жизнь Арсеньева» как одно из значительных произведений этого жанра в русской литературе XIX-XX в.в.

Роман И.А. Бунина «Жизнь Арсеньева». Творчество А.И. Куприна (1870-1938)

Ранние произведения А. Куприна. Отражение в них богатого жизненного опыта начинающего писателя. Социально-нравственная проблематика повести «Молох». Драматизм конфликта и судьбы главного героя.

Антибуржуазная направленность позиции автора. Идеал «естественного» человека в рассказе «Олеся». А. Куприн-пейзажист. Тема маленького человека («Болото», «Белый пудель», «Гамбринус»), Гуманизм писателя. Мастерство психологического анализа. Первая русская революция - новый этап в развитии реализма А. Куприна, усиление в нем критических тенденций. Правдивое изображение косности, бездуховности, жестокости армейской среды, бесправия и униженности солдатской массы в повести «Поединок». Романтический характер устремлений главного героя - поручика Ромашова - и расхождение их с пошлостью окружающей жизни. Трагизм столкновения героя с офицерскими нравами. Образы Назанского, Шурочки Николаевой. Общественное звучание «Поединка». Очерки «События в Севастополе». Сочувствие А. Куприна революционным настроениям.

Творчество писателя в годы реакции, его сложность и противоречивость. Известный спад демократических и социальных мотивов, обращение к вечным вопросам человеческого бытия, поэтизация стихийных, природных начал, возвышенной, бескорыстной любви, цельных чувств, нравственной частоты, силы духа («Суламифь», «Гранатовый браслет», «Листригоны»). Повесть «Яма».

Послеоктябрьское творчество Куприна. Возвращение из эмиграции на родину. Своеобразие художественной манеры писателя, его близость к традициям русских классиков XIX века. Народность, правдивость, высокое реалистическое мастерство, жизненность образов русской действительности. Новизна творческих исканий Л. Андреева-художника. Сложность и противоречивость его миропонимания. Тяготение к трагическому осмыслению социальных, нравственно-философских проблем человеческого бытия. Читательская популярность. Полемика вокруг Л. Андреева в современной критике. Его художественный метод, своеобразие таланта писателя.

Начало литературной деятельности. Л. Андреев и М. Горький. Тема маленького человека в рассказах 90-900-х гг., их близость к рассказам А. Чехова («Бергамот и Гараська», «Петька на даче», «Ангелочек», «Жили-были», «В подвале»).

Проблема отчуждения человека и ее нравственно-психологические аспекты («У окна», «Большой шлем», «Молчание», «Вор»), Полемика с ницшеанской идеей сверхчеловека в «Рассказе о Сергее Петровиче». Тема «человек и рок», драматизм конфликта и повести «Жизнь Василия Фивейского». Богоборческие мотивы. Противоречивость авторской концепции в решении главной проблемы произведения. Развенчание индивидуалистического своеволия в повести «Мысль», преломление и ней психологического опыта Ф. Достоевского.

Антивоенная направленность повести «Красный смех», гротескно-фантастическое изображение русско-японской войны, использование символики,

экспрессии. Своеобразие художественного метода, соотношение в нем конкретного и абстрактного, общего и частного, объективного и субъективного,

Социально-этическая проблематика произведений Л. Андреева о первой русской революции. Поэтизация героизма, мужества, жертвенности революционера, осуждение общественного равнодушия некоторой части интеллигенции («К звездам»). Психологическая обусловленность нравственного прозрения главного героя в повести «Губернатор». Протест против смертной казни и «Рассказе о семи повешенных», философский смысл произведения Нравственная чистота и сила духа революционеров, бессмертие подвига во имя свободы.

Бесперспективность, обреченность стихийного бунта в драме; «Царь-Голод». Рассказ «Тьма». Изображение крестьянского движения, народного недовольства, аграрных волнений в романе «Сашка Жигулев». Трагизм судьбы главного героя, романтические: черты его облика.

Проблема добра и зла, жизни и смерти, личности и среды в философско-символических драмах Л. Андреева «Савва», «Жизнь человека», «Черные маски», «Анатэма». Интерпретация библейско-евангельских мотивов в повестях «Елизар» и «Иуда Искарот».

Драматургия Л. Андреева 1910-х гг. «Письма о театре». Преобладание реалистических тенденций, бытовых картин и сцен в пьесах «Екатерина Ивановна», «Профессор Сторицын», «Каинова печать», «Не убий». Философская драма «Мысль». Традиционное и новаторское в андреевской драматургии.

Демократическая позиция писателя в годы Первой мировой войны («Иго войны», «Ночной разговор»). Сатирический посмертный роман-памфлет «Дневник Сатаны», его антимилитаристская направленность.

Сложность и противоречивость идейно-мировоззренческой позиции Л. Андреева накануне и в период Октября. Общие итоги его творческой позиции. Место и значение писателя в русской литературе XX века. Современные исследователи о своеобразии его художественного метода, стиля.

Символизм в русской литературе.. Теоретические обоснования символизма в работах Н. Минского и Д. Мережковского. Философские основы эстетической теории символизма. Понимание искусства как интуитивного постижения мира. Отрицание идеи общественного служения искусства. Понятие о символе и «символическом искусстве» в теоретических работах символистов. Идеи Вл. Соловьева в эстетических концепциях символизма и младосимволизма.

Творчество В. Брюсова. Декадентские мотивы в сборниках «Русские символисты», «Шедевры», «Это — я». Влияние западной символистической поэзии (Рембо, Малларме, Верлен). В. Брюсов как организатор символистического движения и редактор «Весов». Эволюция творчества Брюсова.

Поэзия Н. Минского, З. Гиппиус, Ф. Сологуба. Импрессионистическая поэтика К. Бальмонта. А. Белый и его место в русском символизме (поэтический сборник «Пепел» и роман «Петербург»).

Поэтическое творчество А.А. Блока (1880-1921) . Акмеизм в русской поэзии

Основные принципы течения. Взаимоотношения с символизмом – одновременно оппоненты и наследники. Н.С. Гумилев - лидер и теоретик акмеизма. Становление Н. Гумилева как поэта. Влияние И. Анненского, В. Брюсова на его ранние стихи. Романтические мотивы в первых сборниках «Путь конквистадоров» (1905), «Романтические цветы» (1908), «Жемчуга» (1910). Тяготение к яркости и пышности образов, восточной экзотике, украшательству. Африканские мотивы и сюжеты в сборнике «Чужое небо» (1912), в дневниковой прозе «Африканский дневник», в поэме «Мик». Патриотическое настроение периода Первой мировой войны. «Колчан» (1916) - книга лирических раздумий, воспоминаний о прошлом, о несбывшихся надеждах, мечтах о счастье. Русские темы и мотивы в сборнике «Шатер» (1921). Сборник «Огненный столп» (1921). «Стихотворения. Посмертный сборник» (1922, 1923). Н. Гумилев - переводчик, драматург. Трагизм судьба поэта, его вклад в русскую поэзию XX века.

А.А. Ахматова и «Цех поэтов», ее сотрудничество и общность с акмеистами. Первые книги стихов: «Вечер» (1912), «Четки» (1913), «Белая стая» (1917). Духовное богатство поэтического мира, тонкий лиризм, искренность, драматизм интимных переживаний, их многогранность, непосредственность. Образ лирического героя. Настроения одиночества, тревоги, ощущение неблагополучия мира, ожидание перемен. Стихотворное мастерство А. Ахматовой. Жанр поэтической миниатюры. Психологизм, выразительность и точность деталей, живописность.

Расширение социального контекста лирических настроений в сборнике «Подорожник» (1921). Мысли о родине, России, судьбе народа и собственном месте в меняющемся мире («Мне голос был. Он звал утешно»).

Поэтическое творчество второй половины 30-х гг. Работа над 6-й книгой лирики. Подготовка 6-й книги лирики, ее место в сборнике «Из шести книг». Тема творчества в стихах, посвященных поэтам.

Поэма-цикл «Реквием», творческая история, время публикации. Глубина трагического постижения, народного горя в поэме. Тема гуманизма и милосердия. Образ Матери. Новые черты лиризма, своеобразие жанра и композиции. Общественное и художественное значение поэмы.

Поэзия Анны Ахматовой в годы Великой Отечественной войны. Тема Родины в цикле «Ветер войны» и других стихах. Героизм и трагизм защитников Ленинграда в военной лирике. Тема борьбы с фашизмом и спасения цивилизации. Лирический образ Победы.

Усиление творческой активности в 50-е - начале 60-х гг. Завершение творческих замыслов (цикл «Северные элегии», «Поэма без героя»). Целостность и внутреннее единство художественного мира. Основные черты поэтики поздней Анны Ахматовой.

«Поэма без героя», творческая история, преобразование и углубление первоначального замысла. Творческое преображение исторического и биографического, «сплав миров» в поэме. «Голоса» и голос автора.

Поэтическое творчество О.Э. Мандельштама. Традиции символизма и акмеизма в ранних произведениях поэта. Сюжеты и образы античного искусства («Пчелы», «Персифона», «Где милая Троя?» и др.).

Воздействие на поэзию Мандельштама Октября, появление тем и образов, связанных с современностью.

Развитие в 30-е гг. в поэзии Мандельштама трагических тем и тональностей: образ века-волкодава, уничтожающего личность. Темные стороны действительности 30-х гг. и личная судьба поэта как почва для творчества Мандельштама этих лет. Идея прекрасного и гибельного в образе века («Но разбит твой позвоночник, мой прекрасный, жалкий век»). Выдвижение на первый план в стихотворениях образа одинокого, преследуемого поэта; трагедийность лирики.

Приход в стихотворения Мандельштама на смену напряженной метафоричности «оголенного» от тропов простого слова. Конкретно-бытовая лексика, почерпнутая из узнаваемого быта 30-х гг. Проблема творческого метода.

Футуризм в русской поэзии. Футуризм как одно из авангардистских течений XX века. Эгофутуризм (И. Северянин), кубофутуристы (В. Хлебников, В. Каменский, Д. и Н. Бурлюки), группа «Центрифуга» (С. Бобров, Н. Асеев, Б. Пастернак). Неоднородность и противоречивость футуризма. Анархическое бунтарство против буржуазной и дворянской культуры. Утопический идеал «естественного человека», проповедь индивидуализма, отрицание культурных ценностей прошлого, отрицание социального содержания искусства.

Поэтическое творчество В.В. Маяковского. Ново-крестьянская поэзия

Основные представители: Н.А. Клюев, С.А. Есенин, С.А. Клычков, П.В. Орешин. Основопологающие художественно-эстетические принципы течения. Сочетание фольклорных традиций с традициями классической поэзии. Значение проблематики природы. Особенности религиозной проблематики. Трагические судьбы представителей течения в послереволюционный период.

Народно-классическая лирика С.А. Есенина. Особенности литературного процесса 20-х – 30-х годов XX века. Леворадикалы (РАПП, ЛЕФ...) и традиционалисты («Серapiоновы братья», «Перевал»...) в молодой советской литературе 20-х годов. Организация Союза писателей СССР в начале 30-х годов, определение писателей как

«инженеров человеческих душ». Утверждение социалистического реализма, его основные принципы. Социалистический реализм и классические художественные традиции. Соединение в произведениях наиболее талантливых писателей внешней схемы социалистического реализма с принципами классического критического реализма.

Формирование литературы русского зарубежья. Её основные «волны» и наиболее яркие представители.

Послереволюционное творчество А.М. Горького «Жизнь Клим Самгина». Творчество А.Н. Толстого (1882-1945). Основные мотивы дореволюционного творчества писателя. А. Толстой и Октябрьская революция. Годы эмиграции. Повесть «Детство Никиты», ее жизнелюбивая, патриотическая сущность и роль в формировании индивидуального стиля писателя. Проблема выбора и преодоление духовного кризиса. Возвращение в Советскую Россию. Творческие искания писателя. Повести и рассказы 20-х гг. XX в. («Голубые города», «Гадюка», «Древний путь»). Научно-фантастические произведения писателя, их связь с современностью («Аэлита», «Гиперболоид инженера Гарина»). Поиски нового героя.

Трилогия «Хождение по мукам». История замысла и его воплощение. Отражение в трилогии противоречивого идейного развития писателя. Главная тема - судьба России, интеллигенция и революция. Структура эпопеи в целом и место каждого романа в трилогии, изменение их жанровых свойств и типологии реализма в контексте времени. Эпическая основа романа: образ народа и судьбы главных героев. Образы Ленина и коммунистов. Мастерство А.Толстого в раскрытии человеческих характеров. Особенности стиля: философские раздумья и детали быта, соединение психологической достоверности с глубоким историзмом, героика и сатира, лиризм произведения. «Хождение по мукам» и проблема эпоса в советской литературе.

«Петр Первый» - образец новаторского исторического романа. Особенности замысла («вхождение в историю через современность»). Своеобразие изображения исторической эпохи (рождение новой России, борьба нового со старым, движение истории в романе, тема Востока и Запада). Эпоха и личность Петра. Петр - государь и человек: особенности художественной типизации. «Птенцы гнезда Петрова». Многоликий образ народа в романе: изображение творческой силы народа, отношений народа и государства. Способы изображения быта и воссоздание колорита эпохи. Сюжет и композиция. Язык романа.

Неудача повести «Хлеб» как свидетельство пагубности вторжения политической конъюнктуры в творчество.

А. Толстой - драматург. Работа над петровской темой для театра и кино. Идейная ущербность драматической дилогии «Иван Грозный» и исторические фальсификации сталинизма.

Литературно-художественная деятельность Толстого в годы Великой Отечественной войны. Публицистика писателя, ее идейно-художественные особенности («Родина», «Москве угрожает враг», «Разгневанная Россия»). Идея советского

патриотизма и проблема национального характера в публицистике и «Рассказах Ивана Сударева».

Эстетические взгляды Толстого. Место и значение творчества Толстого в истории отечественной литературы XX века.

Творчество Б. Л. Пастернака (1890-1960). Ранняя лирика: первые сборники «Близнец в тучах» и «Поверх барьеров». Концепция лирики у раннего Пастернака.

Лирика в годы революции и гражданской войны. Книга «Сестра моя жизнь». Открытие нового вида лиризма. Целостность и композиционная стройность художественного мира книги. «Чувство современности» и «чувство вечности» в книге. Гармоническое единство природного и человеческого, любви и творчества, жизни и поэзии. Основные мотивы и образы. Композиционная смысловая роль цикла-главы. Особенности поэтики и стиля.

Книга лирики «Темы и вариации». Черты своеобразия (в сопоставлении с книгой «Сестра моя жизнь»). Пейзажи - символы современных событий («Кремль в буран конца 1918 года»).

Путь к поэтическому эпосу. Поэма «Высокая болезнь». Образ времени – «движущегося ребуса». Образ Ленина в «дополнении» к поэме. Поэмы «Девятьсот пятый год» и «Лейтенант Шмидт». Тематическое и художественное сходство поэм. Глубокий интерес поэта к революции 1905 г. Лирическое и эпическое начала в поэмах. Образ лейтенанта Шмидта: концепция героя, выделенного «волной самой стихии».

Сюжетно-композиционные различия: собрание эпизодов в «хронике» «Девятьсот пятый год» и динамизм сюжетного развития в поэме «Лейтенант Шмидт». Стихотворный эпос Пастернака и развитие жанра поэма в 20-е гг. XX в. Опыт романа в стихах («Спекторский»).

Прозаические опыты Пастернака 20-х гг. XX в.: поиски и открытия, связь с новейшей европейской прозой («Детство Люверс»).

Лирическая книга «Второе рождение». Поэтическое преображение современности в цикле «Волны». Новые грани взаимоотношения природы и человека. Тема творчества и творца, смысла искусства. Черты поэтики, своеобразие композиции книги.

Проза 20-х - начала 30-х гг. XX в. «Детство Люверс», «Охранная грамота»: идея искусства, рожденного природой. Концепция гения. В.Маяковский в оценке Пастернака. Творческое взаимодействие Пастернака и Маяковского, их взаимоотталкивание. Место «Охранной грамоты» в творчестве Пастернака.

Спад поэтического творчества в середине 30-х гг. Сборник «На ранних поездах». Новые темы и образы, новые грани лиризма. Война в поэзии и прозе. Цикл «Стихи о войне». Тема гуманизма. Пастернак о природе фашизма

(«Поездка в...» и др.). Роман «Доктор Живаго». Творческая история, замысел, воплощение.

Пolemика вокруг романа во второй половине 50-х гг. XX в. Оценка романа автором. Основные оразы. Художественное своеобразие, лиризм романа. Концепция личности и ее роли в истории и вселенной.

Послереволюционное творчество А.А. Ахматовой. Поэма «Реквием». Творчество Е.И. Замятина (1884-1937). Жизненный и творческий путь. Дореволюционное творчество (повесть «Уездное»); бытописание и гротеск. Повесть «Островитяне, сатирический гротеск и его философская природа. Сочетание конкретно-исторического и общечеловеческого.

Общественная и культурно-просветительская деятельность Замятина в первые годы революции. Замятин и «Серрапионовы братья». Литературно-критические выступления Замятина начала 20-х гг.: концепция революции; обоснование принципов «фантастического реализма».

Роман «Мы»; жанровая природа, связь с традициями западноевропейского романа (Г. Уэллс, А. Фраке). Роль фантастики в романе. Дневниковая форма повествования; своеобразие психологизма; образ главного героя. Проблематика и идейное содержание романа; проблема взаимоотношений личности и государства и традиции русской литературы (А.С. Пушкин, Ф.М. Достоевский). Судьба романа «Мы». Влияние романа на развитие антиутопии на Западе (О. Хаксли, Дж. Оруэлл и др.). Проблема художественного метода Замятина. Традиции критического реализма в его творчестве.

Новеллистика Замятина («Пещера», «Рассказ о самом главном», «Русь», «Наводнение» и др.). Особенности художественного повествования в прозе Замятина.

Драматургия («Блохи», «Огни святого Доменика», «Атилла»). Жанровая природа замятинских пьес, их пародийный характер, фарсовое начало, нарочитая театральность, динамичный сюжет.

Кампания 1929 г. против Е. Замятина; его выход из Союза писателей; письмо к И. Сталину, эмиграция. Неоконченный роман «Бич Божий».

Творчество М.А. Булгакова (1891-1940). Начало литературной деятельности. Газеты «Накануне» и «Гудок» в творческой биографии писателя. Фельетоны и рассказы. Правдивость изображения провинциального быта и драматической судьбы интеллигента-гуманиста в «Записках юного врача». «Дьяволиада», «Роковые яйца», «Собачье сердце» и проблема утопии и антиутопии в прозе 20-х гг. XX в. Гротеск у Булгакова. Развитие традиций Н.В.Гоголя, М.Е. Салтыкова-Щедрина, Ф.М. Достоевского.

«Белая гвардия». Творческая история романа. Автобиографический и конкретно-исторический материал и проблема его пересоздания. Эпиграфы, их связь с проблематикой романа. Жанровая природа произведения, взаимопроникновение исторического и семейного начала. Сочетание крупных планов с общими, детализации с

обобщениями. Драма Белой гвардии; система взаимоотношений и контрастов в представляющей ее системе образов; сюжетная связь с линией Петлюры, мотивы суетности, призрачности, предательства, разочарования. Сны в романе и их функции. Дом и Город. Символическая природа этих образов, их взаимопроникновение и причастность к развитию главных контрастных тем - покоя-хаоса, реального-призрачного, преходящего-вечного и связанных с ними лейтмотивов. Мир природы в романе: мотивы снега и метели. Идея преемственности общечеловеческих нравственных ценностей. Своеобразие авторской речи. Многозначность слова и лейтмотива в романе.

Пьеса «Дни Турбиных» и ее место в истории театра середины 20- 30-х гг. XX в.; полемика вокруг пьесы. Мотив трагедии «белого движения» и его развитие в пьесе «Бег». Жанровая природа «Бега»; трагическое начало в пьесе. Проблема выбора и чувство родины как его важнейший критерий. Психологическая углубленность характеристик и острота гротеска.

Новаторство Булгакова-комедиографа. «Зойкина квартира» - трагифарс о «гримасах нэпа», современная «комедия нравов»; органическое единство элементов трагедии, фарса, буффонады, гротеска. Комедия-памфлет «Багровый остров», ее пародийная направленность. Композиционная сложность и стилевая разноплановость «спектакля в спектакле».

Антивоенная драма «Адам и Ева». Воздействие на судьбу и творчество Булгакова неблагоприятной социально-психологической обстановки конца 20-х - начала 30-х гг. XX в. Постановка проблемы «художник и общество» в романе «Жизнь господина де Мольера» и в пьесах «Кабала святош» («Мольер.»), «Последние дни» («Пушкин»).

Особое значение литературной и театральной среды в жизни и творчестве Булгакова; изображение этой среды в «Театральном романе». «Мастер и Маргарита» - вершина художественных достижений писателя. Творческая история романа. Многоплановость композиции; взаимодействие двух потоков времени; прием «роман в романе». Развитие традиций «фантастического реализма»; сочетание конкретно-исторической и гротескно-фантастической образности. Критическое изображение литературной среды 20-30-х гг. XX в. Образ Мастера. Судьба проповедника гуманизма Иешуа и мотив трагической судьбы гуманистов в истории человечества. Дискуссии о романе в критике 60-80-х гг. XX в.

Общественно-историческое и литературно-художественное значение творчества М. Булгакова, его место и значение в современной отечественной литературе.

Творчество А.П. Платонова (1899-1951). Внимание А. Платонова к коренным переменам в жизни русского народа, вызванным революцией. Утверждение

собственного стиля, создающего впечатление первозданной естественности мысли и высказывания. Платоновский герой и его своеобразие.

Раннее творчество писателя: публицистика начала 20-х гг. и первые рассказы. Трансформация их идейно-образной проблематики в последующем творчестве А. Платонова.

1926-1935 гг. - наиболее плодотворное творческое десятилетие Платонова.

Рассказы и повести середины 20-х гг. Историческая притча «Епифанские шлюзы». Роман «Чевенгур». Его жанрово-композиционное своеобразие. Конкретно-историческая и философская проблематика романа. Трагическая концепция мира и комическое у Платонова.

Повесть «Котлован». Идея организации жизни и ее трактовка как абсурдной. Образ ребенка в «Чевенгуре» и «Котловане».

Повесть «Впрок» и ее роль в дальнейшей творческой судьбе Платонова.

Резкая критика Платонова в печати конца 20-х — начала 30-х гг. Невозможность опубликования самых значительных произведений.

Поездка в Среднюю Азию в 1933-1934 гг. «Такыр», «Джан», «Ювенильное море». Проблема «культурного героя» у Платонова. Мотивы и образы «Чевенгура» и «Котлована» и их трансформация в «Ювенильном море». Патетика и ирония в повести о социальном эксперименте.

Культурно-философская проблематика повести «Джан». Изображение стихийно-мифологического мироощущения; символика материнского и отцовского начал в жизни, сопряжение исторической и циклической концепций времени, овеществление неличного в стиле и т.д. Переплетение социально-исторических и универсалистских принципов в творческом методе Платонова.

Открытие положительного содержания жизни, значительного и необыкновенного в обыкновенном, повседневном: безграничной любви, одержимости трудом, профессией («Фро», «В прекрасном и яростном мире»).

Художественное исследование стадных инстинктов толпы, дегуманизации человека. Антифашистский рассказ «Мусорный ветер».

Творчество Л.М. Леонова (1899-1994). Тематическое и жанровое разнообразие творчества Леонова начала 20-х гг. XX в.: сказка, сказ, восточная легенда и пр. («Бурыга», «Гибель Егорушки», «Туатамур» и др.). Тема интеллигенции и революции («Конец мелкого человека»), послеоктябрьской деревни («Петушихинский пролом»), «окуровской» Руси («Записи Ковякина»).

«Барсуки» - первое крупное реалистическое произведение о сложных социальных процессах в деревне, порожденных Октябрем. Философское и социально-бытовое содержание романа. Особенности композиции, языка, стиля.

Психологическая драма человека, не понявшего сложных путей развития революции в романе «Вор» (1-я редакция 1927 г.). Необычность архитектоники произведения. Двойственность авторской позиции по отношению к Векшину,

противоречивость некоторых идейных и философских концепций произведения (его 2-я редакция 1960 г.).

Роман «Соть», его социально-философская проблематика. Художественная система романа.

Образы Увадьева, Потемкина и их антиподов. Горький о «Соти». Место романа в литературе 30-х гг. Тема «старой» и «новой» интеллигенции в романе «Скутаревский», проблемы науки и искусства. Образ коммуниста Курилова в романе «Дорога на Океан». Жизнеутверждающая философия произведения.

Особенности изображения подвига народа в Великой Отечественной войне в повести «Взятие Великошумска»; реальные и символические аспекты повествования.

«Русский лес» - синтез многолетних художественных исканий и достижений Леонова. Тема исторических судеб народа, русской науки и культуры. Поэтический образ русского леса, его глубокий внутренний смысл. Национально-исторические и социальные истоки нравственных коллизий в романе. Вихров и Грацианский как герои-антиподы, социально-философская основа их конфликта. «Многослойное» построение романа, мастерство психологического портрета, роль реалистической детали и символики. Лирическое начало, высокий пафос и острая сатира. Полемика вокруг «Русского леса».

Любовь к родине и трагедия разрыва с ней в повести "Evgenia Ivanovna".

Драматургия Леонова. Пьеса «Унтиловск» - первый драматургический опыт писателя, отразившего застойную жизнь провинции в послереволюционные годы. Два лагеря и две морали в пьесах «Половчанские сады», «Волк». Комедия «Обыкновенный человек» с ее светлым колоритом, нравственно чистыми героями. Пьеса «Нашествие». Сущность главного драматического конфликта. Национально-патриотические мотивы. Тема подвига и героизма, исторический оптимизм. Народнопоэтическая основа пьесы «Лёнушка», споры о ней. Пьеса «Золотая карета», ее первая и вторая редакции. Нравственно-философская проблематика. Киноповесть «Бегство мистера Мак-Кинли» - напоминание о постоянно грозящей человечеству опасности ядерной войны. Место пьес Леонова в отечественной драматургии. Леонов и советский театр.

Леонов-публицист. Значение его публицистики в годы Великой Отечественной войны. Статьи и речи в защиту мира. Постоянное внимание к проблемам экологии, сбережению духовных ценностей народа, традиций и памятников его великого прошлого.

Работа Леонова (с начала 70-х гг.) над романами «Мироздание по Дымкову», «Последняя прогулка». Проблема познания Вселенной в его глубинном философском аспекте. Тревога перед угрозой для человечества со

стороны непредсказуемых и неподдающихся контролю последствий научно-технического прогресса.

Национальное своеобразие творчества Леонова. Леонов как наследник и продолжатель традиции классической литературы (Гоголь, Достоевский, Горький). Место и роль Леонова в советской литературе.

Творчество М.А. Шолохова (1905-1984)

Творчество М.А.Шолохова - одна из вершин эпоса XX в. Проблемы историзма и художественной правды, народности и гуманизма в шолоховском наследии.

Место сборников «Донские рассказы», «Лазоревая степь» в новеллистике 20-х гг. XX в., их полемический характер. Суровая правда борьбы за утверждение советской власти в казачьих станицах, раскол в семьях и человеческих душах и сюжетно-психологические аспекты художественного освоения этого процесса. Драматизм и гуманистический пафос рассказов. Роль рассказов в становлении Шолохова-романиста.

Творческая история эпопеи «Тихий Дон» - эпопеи, раскрывающей историческую судьбу донского казачества на переломных этапах жизни всей нации и народа. Народ и революция, проблема социальной справедливости. Катаклизмы социальной истории и устойчивость традиций крестьянского труда и быта. Мир людей и мир природы в романе.

Народ и личность в «Тихом Доне». Типичное и исключительное в характерах и судьбах героев. Семья Мелеховых. Образ Григория Мелехова. Истоки его трагедии. Проблема трагического и споры о ней в исследовательской и критической литературе. Гуманистическая позиция автора. Проницательное освещение различных фигур коммунистов (Штокман, Бунчук, Кошевой). Значение женских образов. Преобразование Шолоховым реалистических традиций Л.Н.Толстого, М.Горького и советской прозы 20-х гг. Новаторские особенности «Тихого Дона» в воспроизведении событий и психологическом анализе, в художественной структуре и стиле; «объективность», преобладание «изображения» и особая роль контекста и подтекста. Народная основа языка, стихия устного народного творчества. Мировое значение шолоховской эпопеи.

Попытки Шолохова в письме Сталину от 18 июня 1929 г. взять под защиту крестьянство от разорительных хлебозаготовок. Переменчивость, вероломство и подозрительность в отношении к писателю Сталина и его окружения. Участие Шолохова в коллективизации на Дону, его многочисленные беседы с крестьянами, его помощь колхозу в Вешенской.

Сложность творческой истории «Поднятой целины». Общее и различное в первой и второй книгах романа. Художественные достижения Шолохова в обрисовке типов времени. Система образов в эпопее, характер разрешения конфликта и проблема художественной правды.

Соотношение комического, трагического и героического в эпопее. Проблема личности и истории, народа и власти в «Поднятой целине» и «Тихом Доне».

Своеобразие массовых сцен. Особенности композиции и сюжетосложения. Авторская речь и язык персонажей. Драматическое и комическое как жизненная и стилевая основа романа. Место первой и второй книг «Поднятой целины» в прозе 20 - 30-х и 50 - 60-х гг. XX в., посвященной народной жизни.

Деятельность Шолохова - журналиста и публициста - на фронтах Великой Отечественной войны. Рассказ «Наука ненависти». Начало работы над романом «Они сражались за Родину» и его продолжение в послевоенное время. Стремление писателя отразить сложность и драмы жизни советских людей в конце 30-х гг. Правда в изображении тяжелых оборонительных боев лета 1942 г. и многообразие характеров русских солдат. Цель: «раскрыть в романе новые качества советского воина, которые так возвысили его в эту войну...». Соединение патетико-героического и комически-бытового стилистических пластов.

Рассказ «Судьба человека» - о подвиге и трагедии советского солдата, ровесника XX столетия. Народный характер Андрея Соколова. Конкретно-историческая и общечеловеческая значимость произведения. Тема войны-бедствия. Черты эпичности и особенности лиризма. Рассказ Шолохова и военная проза 50 - 60-х гг. XX века.

Поэтическое творчество А.Т. Твардовского (1910-1971). Поэма «Василий Теркин».

Отечественная проза второй половины XX века. Попытки постижения существенных противоречий социально-политического развития в середине 50-х - начале 60-х гг. XX в. Художественно-публицистические произведения И.Эренбурга («Оттепель»), Г.Николаевой («Битва в пути»), В.Дудинцева («Не хлебом единым»). Традиционное и новое в трактовке характеров и обстоятельств. Типы волевой личности и их оценки. Активность авторской позиции и проблема художественности. Публицистическое заострение социальных, нравственно-психологических проблем; создание экзистенциальной ситуации в рассказах А.Яшина («Рычаги»), В.Тендрякова («Ухабы», «Тройка, семерка, туз»). Рассказы Ю. Нагибина, Ю. Казакова.

«Лирический взрыв» в поэзии конца 50-х - начала 60-х гг. XX в. и появление «лирической прозы» («Капля росы» и «Владимирские проселки» В.Солоухина, «Дневные звезды» О. Берггольц и др.) как выражение особого интереса к судьбе личности, к индивидуальному началу в человеке.

Становление и развитие «деревенской прозы». Обращение к трагическим событиям коллективизации («На Иртыше» С.Залыгина, «Кончина» В. Тендрякова, «Мужики и бабы» Б. Можая, «Кануны» В. Белова, «Драчуны» Ю. Алексеева). Изображение близкого и далекого прошлого русской деревни, ее нынешних забот в свете общечеловеческих проблем: «Последний поклон» и «Царь-рыба» В.Астафьева, «Горькие травы» П.Проскурина. Пафос исторической

памяти. Философия природы «естественного мира», стремление приобщить современников к народным традициям: «Комиссия» С.Залыгина, «Лад» В.Белова. Образы деревенских стариков, их значение в контексте нравственно-философских исканий прозы и повести В.Распутина. Ориентация на народное слово в рассказах и повестях В.Шукшина, В.Лихоносова, Е.Носова, В. Крупина.

Русский национальный характер, глубина гуманистического пафоса в повестях: «Привычное дело» В.Белова, «Из жизни Федора Кузькина» («Живой») Б. Можаяева. Эпический образ народа в «Братьях и сестрах» Ф.Абрамова. Романтическая тетралогия Ф.Абрамова как своеобразный итог целого периода в развитии «деревенской прозы».

Новые тенденции в изображении Великой Отечественной войны. Появление «лейтенантской прозы» («Батальоны просят огня», «Последние залпы» Ю.Бондарева, «Иван» В.Богомолова, «Пядь земли» Г. Бакланова, «Убиты под Москвой» К.Воробьева). Принцип художественной локализации материала. Углубленный анализ состояния и поведения человека в трагедийной ситуации. Ориентированность повествования на точку зрения рядового участника событий. Концепция героического и новый тип героев.

Новое о человеке на войне. Углубление антивоенной темы в «военной прозе»: «Июль 41 года» и «Навеки-девятнадцатилетние» Г. Бакланова, «А зори здесь тихие» Б.Васильева, «Пастух и пастушка» В.Астафьева, «Хатынская повесть» и «Каратели» А. Адамовича, «Сашка» В.Кондратьева. Расширение и обогащение представления о героическом в повестях: «Сотников», «Обелиск», «Знак беды» В.Быкова, «Клавдия Вилор» Д. Гранина.

Внутренняя полемичность «военной прозы», отражение в ней споров о путях развития страны, о роли Сталина и других исторических деятелей. Романы «Живые и мертвые» К.Симонова, «Блокада» А. Лаковского, «Горячий снег» Ю.Бондарева, «Война» И. Стаднюка.

Трагедия народа, пережившего страшные события репрессий. Мужество людей, противостоявших машине государственного террора. Значение темы концлагерей и заключенных для восстановления справедливости, для нравственного оздоровления общества (эпопея А.Солженицына «Архипелаг ГУЛАГ», романы «В круге первом», «Раковый корпус», рассказы В.Шаламова, документальные повествования «Крутой маршрут» Е.Гинзбург, «Черные камни» А. Жигулина, «Погружение во тьму» О.Волкова, цикл «Непридуманное» Л.Разгона, повесть «Верный Руслан» Г. Владимова и др.).

Проблемы взаимосвязи ушедшего, настоящего и будущего («И дольше века длится день» («Буранный полустанок»), «Плаха» Ч.Айтматова, «Старик» Ю.Трифопова, «Пушкинский дом» А.Битова). Исследование народного миропонимания, героического и трагического в давнем и недавнем прошлом народа в «Соленой Пади» С.Залыгина. Проблема исторических судеб родины, народа, поколения в его романе «После бури». Вопрос о роли личности в истории («Дети Арбата» А.Рыбакова). Социально-политическая актуальность современного эпоса.

Отечественная поэзия 2-й половины XX века. Сложность и противоречивость поэтического развития в середине 50-х гг. XX в. Роль поэзии в отражении атмосферы времени, формировании общественного сознания, преодолении догматизма и иллюстративности. Приметы обновления и подъема творчества старших поэтов. Активное обращение к современности и истории, тяготение к философско-поэтическому осмыслению жизни, ее «вечных тем» («Раздумье» Н.Асеева, «Солнцеворот», «Синяя весна» В. Луговского, «Стихи» Л.Мартынова, «Признания» А.Прокофьева, «Горизонт» М.Светлова). Развитие философской лирики, баллады, стихотворного рассказа и портрета. Человек и природа в поздней лирике Н.Заболоцкого.

Творчество поэтов старшего, фронтового и послевоенного поколений, разнообразие проблематики, жанров, художественных индивидуальностей. Духовный мир современника, его разные грани в стихах Л.Мартынова, М.Светлова, С.Орлова, А. Межирова, К. Ваншенкина, Е. Винокурова. Социальные и художественные поиски молодых поэтов (Е.Евтушенко, Р.Рождественского, В.Соколова, А.Вознесенского, Б.Ахмадулиной, Р.Казаковой, Н.Матвеевой).

Развитие поэзии в 60-е гг. Расширение гуманистической, социально-философской и нравственно-эстетической проблематики.

Проблематика и жанрово-стилевое своеобразие поэмы об историческом прошлом и современности («Строгая любовь» Я. Смелякова, «Красное солнышко» и «Любава» Б. Ручьева, «Проданная Венера» и «Седьмое небо» В.Федорова, «Суд памяти» Е.Исаева, «Реквием» Р.Рождественского, «Мастера», «Лонжюмо» и «Оза» А.Вознесенского, «Станция Зима» и «Братская ГЭС» Е.Евтушенко). Поиски художественного многообразия, стиливые искания и тенденции в поэзии 60-х гг. Тяготение к реалистическому стилю, обогащенному достижениями романтической поэтики.

Пути развития поэзии 70 - начала 80-х гг. Осмысление ее характерных черт и тенденций в дискуссии (о «громкой» поэзии и «тихой» лирике, о развитии жанра поэмы, новом поэтическом поколении). Проблема традиций и новаторства, творческого освоения художественного опыта советской поэтической классики. Роль и место творчества выдающихся мастеров старшего поколения в поэтическом процессе.

Художественное осмысление истории и современности, жизни страны и народа, духовного мира современника, задач и путей развития искусства («Служба времени» Я.Смелякова, «Гиперболы» Л.Мартынова). Социально-нравственные, гуманистические, философско-политические раздумья, художественно-стилевые искания в лирике поэтов фронтового поколения (М.Дудин, С.Орлов, Б.Слущкий, Д.Самойлов, А. Межиров, К.Ваншенкин, Е.Винокуров, Ю. Друнина).

Развитие жанра поэмы. Исторические судьбы родины и народа, (формирование характера нового человека в поэме Е.Исаева «Даль памяти». Проблема личности и общества, осмысление истории и современности, тема подвига («Василий Буслаев» и «Фронтальная радуга» С. Наровчатова, «Двести десять шагов» Р.Рождественского). Многообразие жанровых форм, расширение изобразительных и выразительных средств. Поэмы "Снегопад" Д.Самойлова, «Сюжет» В.Соколова, «Дом» Ю.Кузнецова. Сложные пути лирических и лиро-эпических жанров. Преодоление «инерции стиля и мышления». Задачи повышения гражданской активности поэзии, ее идейно-художественные качества.

Усиление гражданско-публицистического начала в лирике. Тяготение к глубокому историческому, нравственному и философскому осмыслению современной действительности, трагических событий прошлого, «вечных» общечеловеческих тем и мотивов. Книги лирики В. Корнилова «Надежда», А. Жигулина «Весеннее имя», В.Соколова «Новые времена» и др.

Проблематика и художественные искания в поэзии послевоенного поколения (Е.Евтушенко, А.Вознесенский, О.Чухонцев, А.Кушнер, Ю.Кузнецов).

Особенности поэтического творчества Н Рубцова.

Творчество молодых поэтов, в том числе представителей современного «авангарда» («метареалистов», «концептуалистов» и др.); их художественные обретения и потери.

Особенности поэтического творчества И. Бродского – одного из самых ярких представителей литературной эмиграции 2-й половины XX века.

7.Форма контроля – экзамены в очной и заочной формах обучения.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,
Б1.О.11 Картина мира древнерусского книжника

1. Цели освоения дисциплины: формирование у бакалавров универсальных компетенций, необходимых для подготовки студентов к профессиональной деятельности в сфере культуры; сформировать у студентов потребность познания русской культуры во всех сферах творческой и общественной жизни нашего народа; привить студентам всесторонний интерес к истории русской культуры, дополняющий и обогащающий их профессиональное образование; дать представление об истории русской культуры как целостной и развивающейся системе, активизировать познавательную деятельность студентов, способствовать их творческой самостоятельности и проявлению.

2.Место дисциплины в структуре ОПОП ВО: Дисциплина входит в обязательную часть Блока 1 направления подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина основана на знаниях и умениях, полученных в процессе изучения таких дисциплин общеобразовательной программы, как История и Обществознание.

Дисциплина преподается во втором семестре очной формы обучения и в первом втором семестре заочной формы обучения.

Форма контроля – зачет в очной и заочной формах обучения.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и навыки, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «История России», «Русская философия», «История русской литературы», «Учебная практика», «Производственная практика», «ГИА».

Во взаимодействии с другими гуманитарными, социально-экономическими и общепрофессиональными дисциплинами курс призван обеспечить подготовку будущих гуманитариев, отвечающих как современным квалификационным требованиям, так и требованиям интеллектуальной и общекультурной подготовки.

Взаимосвязь курса с другими дисциплинами ООП способствует планомерному формированию необходимых компетенций и углубленной подготовке студентов к решению специальных практических профессиональных задач.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля): УК-5.

4. В результате освоения дисциплины обучающийся:

УК-5 (Межкультурное взаимодействие)

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

Знать: теорию и технологии межкультурного взаимодействия.

Уметь: применять технологии межкультурного взаимодействия.

Владеть: технологией межкультурного взаимодействия.

5. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 ч.

6. Структура, краткое содержание дисциплины (модуля) и формы контроля освоения:

Раздел I. «МИР»

1. Введение. Специфика древнерусского мировоззрения. Проблемы периодизации. Стадиальное развитие русского мировоззрения XI - первой трети XVIII в.

2. Бинарная картина мира. «Миръ» и «міръ». Строение «мира».

3. «Бог». Понимание Бога в «Библии» и древнерусской литературе.

4. Время и пространство. Средневековый хронотоп.

5. «Русская земля».

6. «Провидение» и «провиденциализм». «Знамения». «Казни Божии» и «смутное время» государства.

7. «Страшный суд». Понятие о конце мира. «Апокалипсис». Русские летописи и Страшный суд

Раздел II. «ЧЕЛОВЕК»

1. «Макрокосм» и «микрокосм». Человек как микромодель мира.

2. «Душа» и «дух». «Плоть» и «тело». «Ум» и «Разум».

3. «Судьба». Представление о судьбе в древнерусской литературе. «Волеизъявление» («помыслы»).

4. «Грех». «Добро» и «зло» в мире и человеке.

5. «Святость». Житийный канон. Типы святости. Русские святые.

Раздел III. «БЫТИЕ»

1. «Власть». Представление о «власти» в Древней Руси — России.

2. «Честь» и «слава». Смысл человеческой жизни.

3. «Правда» и «закон». «Истина».

4. Творчество как Божественный акт. «Художества». «Хитрость».

5. «Образ».

6. «Слово». «Имена».

7. «Книга». Отношение к книге и чтению в Древней Руси. Библиотеки Древней Руси.

7. Форма контроля – зачет в очной и заочной формах обучения.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,
Б1.О.12 История зарубежного искусства

1. Цели освоения дисциплины: формирование у бакалавров универсальных компетенций, необходимых для развития у студентов способности воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО: дисциплина относится к обязательной части Блока 1 направления «Реклама и связи с общественностью».

Реализуется в шестом, седьмом и восьмом семестрах в очной форме обучения и в седьмом восьмом девятом семестрах в заочной форме обучения.

Форма контроля: зачеты, экзамен в очной и заочной формах обучения.

Дисциплина основана на знаниях таких дисциплин как «История зарубежной литературы».

Изучение дисциплины помогает студентам в дальнейшем освоить такие дисциплины как «Производственная практика».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля): УК-5

4. В результате освоения дисциплины обучающийся:

УК-5 (Межкультурное взаимодействие)

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

Знать: теорию и технологии межкультурного взаимодействия

Уметь: применять технологии межкультурного взаимодействия

Владеть: технологией межкультурного взаимодействия

5. Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 ч.

6. Структура, краткое содержание дисциплины (модуля) и формы контроля освоения:

Основные этапы в развития художественной культуры Древней Греции и Древнего Рима: 1. Эгейский, или крито-микенский (3-2 тыс. до н.э.); 2. Гомеровский (11-8 вв. до н.э.); 3. Архаический (8-6 вв. до н.э.); 4. Классический (5-к. 4 вв. до н.э.); 5. Эллинистический (к. 4-1 вв. до н.э.); 6. Республиканский период Древнего Рима (5-1 вв. до н.э.); 7. Императорский период Древнего Рима (1-5 вв. до н.э.).

Открытие эгейской культуры археологами Генрихом Шлиманом и Артуром Эвансом. Кикладская скульптура. Кносский дворец-лабиринт на острове Крит. Сложность плана постройки. Мотивы быка и игр с быком как один из самых характерных в критском искусстве. Критская керамика. Искусство Феры.

Образы живописных фресок. Гибель о. Фера и критской культуры. Приход на смену микенской культуры, носившей военный характер. Тиринф и Микены – древнейшие крепости Европы. «Циклопическая» кладка стен. «Львиные» ворота в Микенах. Сводчатая усыпальница. Мегарон или тронный зал. Золотые клады: «Маска Агамемнона» и «Клад Приама».

История Афинского акрополя. Миф о споре Афины и Посейдона и его отражение в композиции акрополя. Эллинистическое искусство как синтез культур. Основные региональные эллинистические школы.

Культура, государственное устройство, быт древней Этрурии. Городской характер цивилизации. Искусство как часть сакрального культа. Композиция древнеримского города. Форум, храмы, базилики, лавки торговцев, рынки. Колонны и портики. Форум Романум (6 век до н.э.) – древнейший форум в Риме; Аппиева дорога; квадратный дом в Ниме; арка Тита в Риме; Колизей и др.

Общая характеристика средневекового искусства. Периодизация истории средневековой культуры. Роль и место средневекового искусства в истории мировой культуры. Общеευропейский монументальный стиль романский в архитектуре, скульптуре и живописи. Строительство культовых зданий, крепостей, замков. Памятники архитектуры: соборы, храмы, церкви во Франции, Германии, Италии и других странах. Пластическое оформление романских храмов. Органическая взаимосвязь архитектуры, скульптуры, живописи в интерьере культовых сооружений. Религиозное содержание художественного творчества и его задачи.

Готический стиль в искусстве. Происхождение термина «готика» и его содержание. Готическая архитектура и ее конструктивные признаки. Соборы, ратуши и другие постройки. Интерьер готического собора: витражи, скульптурные композиции, рельефы. Соборы Франции, Германии, Испании, Англии и других стран.

Эпоха Возрождения – период величайшего расцвета культуры, науки и искусства. Искусство Проторенессанса. Роль Флоренции как колыбели Возрождения. Раннее Возрождение. Утверждение реализма, поэтическая цельность мировосприятия; поиски новых, научно обоснованных средств изображения реального мира; многообразие творческих индивидуальностей и художественных школ. Происхождение и значение термина «Возрождение». Хронологические и региональные границы эпохи. Возрождение в Италии: проторенессанс, Раннее Возрождение, Высокое Возрождение, Позднее Возрождение. Источники для изучения искусства Возрождения. Формирование нового художественного мировоззрения: искусство как универсальный способ познания, античные формы как образец для подражания, религиозное содержание и светские формы в искусстве. Развитие теории искусств.

Раннее Возрождение (XV в.). Развитие теории живописи. Рождение портретного жанра в изобразительном искусстве. Основные сюжеты. Трактовка образа человека. Изменение трактовки религиозных сюжетов. Искусство и наука. Флоренция как центр раннего Возрождения. Основоположники ренессансного стиля в живописи (Мазаччо), в архитектуре (Ф. Брунеллески, Л.-Б. Альберти), в скульптуре (Донателло). Основные школы живописи. Флорентийская школа (С. Боттичелли). Умбрийская школа (Пьеро делла Франческа, Перуджино). Северо-итальянская школа (А. Мантенья).

Портрет во флорентийской живописи первой половины и середины XV в. Сандро Боттичелли (1445–1510) — крупнейший живописец Флоренции конца XV в. Картины «Весна» и «Рождение Венеры». Фрески и портреты Боттичелли. Его картины на религиозные сюжеты. Архитектура Венеции в XV в. Ее своеобразие. Дворцовое и церковное строительство. Тип венецианского дворца. Работы по сооружению Дворца дождей. Особенности венецианского художественного стиля: живописность, синтез искусств, влияние традиций византийского искусства, слабый интерес к античному наследию, цвет как главное средство создания художественной образности. Значение венецианского искусства для развития европейского искусства.

Школа Мурано: Антонио (1415–1470) и Бартоломео (1432–1499) Виварини. Антонелло да Мессина (1430–1479), влияние на него нидерландского искусства. Значение творчества Антонелло да Мессины для развития венецианской живописи.

Искусство главных представителей Высокого Возрождения. Архитектор Браманте Леонардо да Винчи - ученый - энциклопедист, художник, мыслитель. Новаторство в живописи, техника «сфуманто». Эстетический идеал женской красоты. Фреска «Тайная вечеря», её композиционное и психологическое решение. Рафаэль Санти. Образы мадонны. Роспись собора св. Петра в Риме. Микеланджело Буонарроти - скульптор, живописец, архитектор, поэт. Живописные работы, портретное творчество, фрески Сикстинской капеллы («Сикстинский Плафон», «Страшный суд»). Античные и библейские мотивы в скульптурном творчестве: «Вакх»; «Давид», «Пьета». Художественные образы капеллы Медичи во Флоренции: статуи «Утро»; «Вечер», «День», «Ночь». Создание гробницы Юлии II. Архитектурное творчество в Риме, расчет

купола собора св. Петра. Джорджоне - живописец венецианской школы, один из основоположников искусства высокого Возрождения.. Портреты, картины «Юдифь», «Гроза», «Спящая Венера». Тициан Вечеллио ~ глава Венецианской школы живописи. Разработка различных жанров и тем (лирический и драматический. Прически населения Европы эпохи Возрождения. Богатство и разнообразие причесок, головных уборов. Сложность женских причесок; подражание прическам античности. Зависимость форм и видов причесок от религиозного воззрения.

Северное Возрождение: происхождение и смысл термина. Хронологические границы эпохи. Общая характеристика художественной ситуации в странах Северной Европы (Германия, Нидерланды, Франция). Отличие Северного Возрождения от Возрождения в Италии. Готические традиции в искусстве Северного Возрождения.

Формирование нидерландского искусства в начале XV в. на основе франко-бургундской культуры. Архитектура Нидерландов. Городское строительство. Новые типы городских построек. Особенности материалов и конструкций.

Живопись и скульптура. Повышение интереса к реальным условиям жизни человека. Зарождение портрета, бытового жанра. Значение книжной миниатюры. Братья Лимбург и их «Часослов герцога Беррийского».

Творчество братьев Губерта (ок. 1370–1426) и Яна (ок. 1390–1441) ван Эйков. «Гентский алтарь» и его значение для последующего развития нидерландской живописи. Портреты Яна ван Эйка: «Мадонна канцлера Роллена», «Мадонна каноника ван дер Пале», «Чета Арнольфини».

Рогир ван дер Вейден (ок. 1399–1464). Сохранение готических традиций и черты реализма в произведениях художника.

Иеронимус Босх (ок. 1460–1516). Сочетание в его творчестве элементов средневековой фантастики и реализма. Элементы фольклора и мистики в его произведениях.

Питер Брейгель старший, или «мужицкий» (ок. 1525–1569). Новая, демократическая тематика, использование народных пословиц, развитие жанра и пейзажа в творчестве художника. Ранние живописные произведения Брейгеля: «Игры детей», «Битва Масленицы с Постом», «Пословицы». Графика Брейгеля. Работы позднего периода: «Триумф смерти», серия «Времена года», «Крестьянская свадьба», «Крестьянский танец», «Слепые».

Раздробленность Германии и развитие обособленных местных школ в искусстве, их особенности. Реформация и крестьянская война в Германии как первая попытка сопротивления феодализму. Широкий общественный подъем и расцвет немецкой культуры в начале XVI в. Немецкий гуманизм. Эразм Роттердамский.

Архитектура XVI в. Разнообразие архитектурных приемов как следствие раздробленности страны. Устойчивость готических традиций в архитектуре. Городское строительство. Дом Пеллеров в Нюрнберге, ратуши. Загородное строительство. Замки в Гейдельберге и Ашаффенбурге.

Живопись и графика. Начало книгопечатания и развитие графики в Германии, распространение гравюры как самостоятельного вида искусства. Мартин Шонгауэр (ок. 1435–1491) — крупнейший художник Германии XV в. Его гравюры на меди и живописные работы.

Альбрехт Дюрер (1471–1528) — величайший художник немецкого Возрождения. Ранние живописные и графические работы художника (Паумгартнеровский алтарь, портреты). Изучение искусства итальянского Возрождения. Поиски образа гармонически совершенного человека («Адам и Ева», «Поклонение Троице», гравюры «Рыцарь, смерть и дьявол», «Св. Иероним», «Меланхолия»).

Ганс Гольбейн младший (1497–1543) и его значение для немецкого и английского искусства. Живописные и графические портреты Гольбейна.

Особенности исторического развития западноевропейских стран XVII в. Изменение понимания роли и места человеческой личности. Новая картина мира. Динамизм и конфликтность общественного бытия. Стремление искусства отражать мир в его изменчивости и движении. Влияние движения Реформации и контрреформации на развитие искусства западноевропейских стран. Связь искусства с наукой, философией. Индивидуализация художественного творчества.

Возникновение, развитие и взаимодействие больших западноевропейских стилей: классицизм и барокко. Реалистические тенденции в изобразительном искусстве XVII века. Академии художеств и их роль в формировании национальных художественных школ. Крупнейшие национальные школы в европейском искусстве XVII в., их взаимодействие. Появление жанровой дифференциации в изобразительном искусстве. Утверждение иерархии жанров. Ведущая роль исторического жанра.

Архитектура и скульптура. Ведущая роль архитектуры. Церковное и дворцовое строительство. Городские ансамбли, загородные виллы, садово-парковые ансамбли. Стремление к грандиозности масштабов и декоративности. Синтез искусств. Особенности художественного языка: повышенная эмоциональность, напряженность и патетика, динамичность, живописные тенденции, стремление к преодолению замкнутости в трактовке пространства.

Развитие римского барокко. Приемы композиции. Сложность пространственных решений. Декоративная скульптура и живопись в постройках эпохи барокко. Период расцвета римского барокко. Крупнейшие представители: (Ф. Борромини, Л. Бернини). Формирование стиля барокко. Основные этапы развития барокко. Творчество Л. Бернини — крупнейшего мастера барокко. Завершение работ над созданием ансамбля Собора Св. Петра. Архитектурные и скульптурные достижения Л. Бернини. Его работы во Франции, влияние на европейскую скульптуру.

Живопись. Болонская Академия и ее значение для развития европейских художественных академий. Отношение академии к искусству высокого Возрождения и античности. Нормативность как характерная черта академического искусства. Творчество художников-академистов (А. Карраччи и др.). Братья Карраччи и Болонская академия художеств (1585). Создание «академической доктрины». Влияние итальянского академического искусства на европейскую художественную культуру XVII–XVIII вв.

Художественная концепция Микеланджело да Караваджо. Эволюция его творчества. Основные жанры живописи Караваджо (мифологический, портретный, натюрморт). Значение творчества Караваджо для развития европейской живописи. Анализ лучших произведений художника. Караваджизм.

Североитальянские живописцы первой половины XVIII века: А. Маньяско, Д. М. Креспи. Барокко в Венеции. Общий характер венецианской живописи в XVIII столетии.

Джованни Баттиста Тьеполо — один из крупнейших живописцев XVIII века. Росписи Тьеполо как заключительная фаза развития итальянской монументально-декоративной живописи. Монументальные произведения Тьеполо, созданные для венецианских, германских, испанских дворцов. Станковые картины мастера. Тьеполо — портретист, график, офортист. Школа Тьеполо.

Венецианская живопись XVIII века. Венецианская "ведута" (городской архитектурный пейзаж). Каналетто и Гварди — ведущие живописцы Венеции. Фигурные композиции и пейзажи.

Развитие итальянской школы скульптуры во второй половине XVIII в. Классические традиции в скульптуре А. Кановы.

Эль Греко. Караваджизм в работах Ф. де Сурбарана и Мурильо. Творчество Веласкеса — вершина развития испанской живописи XVII века. Жанр «бодегонес» в творчестве художника. Близость раннего творчества Веласкеса с караваджизмом. Историческая, мифологическая и портретная живопись Веласкеса. Основные работы художника. Значение исторического полотна «Сдача Бреды» как изображения

исторической конфронтации и психологического столкновения двух социальных сил. Веласкес – портретист. Живописный язык (колористический и светотеневой) его портретов, создающий индивидуальность образов. Портрет Иннокентия Х. Влияние Рубенса на творчество Веласкеса. Картина «Венера с зеркалом». Подробный анализ лучших работ Веласкеса «Менины» и «Пряхи» (жанры, колорит, композиция, светотень).

Искусство Испании конца XVIII – начала XIX века. Творчество Гойи. Эволюция творчества мастера. Портреты Гойи. Серии гравюр «Капричос», «Бедствия войны», «Диспаратес». Картины Гойи «Одетая Маха» и «Обнаженная Маха», «Расстрел мадридских повстанцев в ночь на 3 мая 1808 года», Поздний период творчества Гойи. Новое понимание исторической живописи. Отображение современных событий. Гойя и романтизм. Жанровые картины, портреты. Монументально-декоративные работы Гойи (росписи церкви Святого Антония Флоридского). Живописные искания позднего Гойи. «Черные картины». Значение творчества художника для развития европейского искусства.

Голландская живопись первой трети XVII века. Формирование школы национального реалистического пейзажа. (Х. Аверкамп, Э. ван дер Вельде). Утрехтские последователи Караваджо (Х. Хонтхорст, Х. Тербрюгген): их значение в развитии голландского искусства. Развитие жанра натюрморта (Ван Альст, П. Клас, В. Хеда). Библейская историческая живопись (П. Ластман). Развитие комнатной живописи. Портрет, пейзаж, натюрморт. Ф. Хальс: портретная и жанровая живопись. «Малые голландцы». Расцвет голландской бытовой живописи: А. ван Остаде, Я. Стен, П. де Хох, Г. Терборх, Г. Метсю. Творчество Я. Вермера Делфтского: особенности художественного языка; образ человека и предметного мира в его живописи. Голландская пейзажная живопись второй половины XVII века: Я. ван Рёйсдал.

Судьба Рембрандта-художника и уникальность его искусства. Портретная живопись Рембрандта. Его произведения на библейские темы. «Возвращение блудного сына». Творчество Рембрандта как высшее достижение голландского искусства. Портретное творчество и композиции на религиозно-мифологические сюжеты. Автопортреты художника. Особенности живописного языка Рембрандта. Влияние Рембрандта на мировое искусство.

Судьба Рембрандта - художника и уникальность его искусства. Основные жанры живописи Рембрандта: религиозно-мифологический и портретный. Ранние портреты Рембрандта («Портрет ученого») следуют сложившемуся типу изображения человека за своим профессиональным занятием, исключая полностью момент позирования, благодаря чему портрет теряет черты помпезности и официальности. Портретное творчество 1640-х гг.: более глубокое раскрытие внутреннего мира модели. Портреты 1650-х гг.: большой размер, монументальные формы, спокойствие позы; это всегда изображения пожилых, умудренных долгим жизненным опытом людей. Рембрандт явился создателем своеобразного жанра портрета-биографии, где вся долгая жизнь человека и его внутренний мир раскрывались во всей сложности и противоречивости. Анализ лучших портретов Рембрандта: «Флора», «Автопортрет с Саскией», «Автопортрет в виде апостола Павла», «Портрет старика в красном» - один из лучших психологических портретов Рембрандта. Библейские композиции 1630-х гг. несут на себе печать воздействия итальянского барокко: динамизм композиции, острота ракурсов, светотеневые контрасты. Религиозная тематика живописи 1640-х гг. служит для раскрытия тонких оттенков человеческих переживаний, Библейские композиции 1660-х гг. посвящены раскрытию сложных коллизий и душевных переживаний, столкновению темного и светлого в человеческой душе, утверждению торжества добра над злом. Анализ картин: «Даная», «Святое семейство», «Жертвоприношение Авраама», «Давид и Урия», «Давид и Ионафан».

Анализ переломной в творчестве Рембрандта картины «Ночной дозор». История создания картины, ее неуспех у заказчиков, различные версии смысла полотна. Картина

«Возвращение блудного сына» как воплощение всей художественной и морально-этической проблематики позднего творчества художника. Особенности живописного языка Рембрандта. Светотень – ведущее выразительное средство живописи художника. Влияние Рембрандта на мировое искусство.

Появление стиля барокко в искусстве Фландрии. Фламандская живопись. Питер Пауль Рубенс – основоположник фламандской школы живописи: античность в творчестве художника библейские сюжеты, связь темы страдания с событиями нидерландской революции, тема борьбы человека и природы, парадность стиля барокко в портретном творчестве. Франс Снейдерс – мастер монументального натюрморта: гимн природе, серия «Лавок», «Торговец дичью и птицей» и др. Творчество Антониса Ван Дейка. Основные периоды творчества художника. Портрет – основной жанр Ван Дейка. Анализ главных работ мастера: автопортреты, семейный портрет, работы английского периода.

Фламандские жанристы: Якоб Йорданс, Адриан Броувер. Основные работы Йорданса: «Праздник бобового короля», «Сатир в гостях у крестьянина». Фламандский натюрморт. Творчество Ф.Снейдерса. Монументальный характер искусства натюрморта во Фландрии. (Серия «лавок»).

Краткий исторический обзор положения во Франции в XVIII в. Два этапа в развитии искусства: завершение поздних форм барокко и переход в новый стиль рококо, зарождение классицизма. Архитектура. Строительство Парижа. Расцвет нового художественного направления в 30-е – 40-е годы. Утрата интереса к большим ансамблям. Городской дом – отель: интерьер отеля Сублиз (архитектор Жармен Бофран).

Скульптура. Грация, непринужденность, простота, лаконизм, героические образы. Этьен Морис Фальконе: «Медный всадник» (Петербург). Жан Антуан Гудон: скульптурные портреты К.В. Гюльке, Вольтера. Живопись. Стиль рококо и его художественный язык: декоративность «галантные» темы, мифологические сюжеты, поэтическая меланхолия образов. Антуан Ватто: «общество в парке», «Любовь в итальянском театре». И другие. Жан Оноре Фрагонар: изображение галантных празднеств, бытовые картины, сцены семейной жизни, натюрморты «Трубки и кувшины», «Счастливые возможности качели». Жан Батист Симеон Шарден — выразитель этических идеалов сословия: жанровые сцены, натюрморты: («Молитва перед обедом», «Вернувшаяся с рынка» и другие) («Натюрморт с атрибутами искусств»). Влияние моды рококо на прически населения. «Мария Антуанетта», «Мадам Ломбаль».

Становление и расцвет английской национальной живописи в XVIII веке. Связь изобразительного искусства с литературой и философией.

Живописные и графические серии Хогарта как отражение различных сторон жизни английского общества. Критический и сатирический реализм в живописи Хогарта. Серия «Модный брак». Портреты Хогарта. Эстетические взгляды Хогарта: «Анализ красоты».

Формирование и расцвет английской портретной школы XVIII века. Создание Английской академии художеств. Теоретическое и живописное наследие Дж. Рейнолдса — первого президента Академии. Мастерская Рейнолдса. Серия портретов представителей английской знати, политических и военных деятелей, ученых, художников, артистов. Парадные портреты. Рейнолдс как теоретик искусства. Томас Гейнсборо — выдающийся мастер портретной живописи и крупнейший пейзажист Англии XVIII века. Портреты представителей высших слоев общества, семейные портреты. Сочетание портретного жанра с пейзажем. Новое понимание живописных проблем в преддверии открытия пленэрной живописи.

Портретное творчество Рейнолдса и Гейнсборо как отражение двух тенденций художественного мышления эпохи Просвещения — рационалистического и

эмоционально-романтического. Художественные открытия Дж. Констебла и У. Тернера, их влияние на развитие европейского искусства XIX столетия.

Идеи и судьба Великой Французской революции и ее влияние на духовную жизнь европейского общества. Смена общественных настроений, идеалов и символов эпохи.

Искусство Франции в истории развития мировой художественной культуры. Франция XIX века. Общественные настроения, духовная атмосфера. Движение художественной мысли: от романтизма к символизму. Классицизм конца XVIII — начала XIX в.- как средство прославления и возвеличивания гражданских доблестей. Эволюция творчества Ж. Л. Давида — крупнейшего мастера эпохи, выражение в его искусстве высоких идеалов и противоречий времени. “Клятва Горациев”, “Смерть Марата”, “Коронация Жозефины”, портрет мадам Рекамье, портреты Наполеона. Школа Давида

Энгр как крупнейший представитель классического направления во французском искусстве первой половины XIX века, создатель идеализированных, гармоничных образов. Портреты семьи Ривьер, мадам Девосе. Картины Энгра “Большая Одалиска”, “Юпитер и Фетида”, “Обет Людовика XIII” и др. Влияние Энгра на развитие французского искусства. Романтические черты искусства Энгра.

Импрессионизм как социокультурное и художественное явление. «Академики» и «Салон отверженных». Импрессионизм в литературе и музыке. Импрессионизм в живописи. Эстетические идеалы. Сюжеты и жанры. Повседневность и природа в творчестве художников. Особенности выразительных средств. Роль цвета и света. Технические приемы. Творчество живописцев (Э. Мане, К. Моне, А. Сислей, К. Писсарро, О. Ренуар, Э. Дега). Эдуард Мане — один из крупнейших мастеров французской живописи. Связь с классическими традициями европейского искусства. Сцены современной жизни как предмет живописного изображения. Картины “Музыка в Тюильри”, “Завтрак на траве”, “Лола из Валенсии”, “Олимпия”. Пленэрные открытия Э. Мане. “В лодке”, “Железная дорога”, “Нана”, “Бар в Фоли-Бержер” — крупнейшие произведения импрессионистической живописи. Портреты Э. Мане. Особенности живописного мастерства Мане. Обновление цветовой палитры. Роль Мане в развитии французского искусства. Значение его творчества для формирования и развития импрессионизма.

Эдгар Дега. Его значение в развитии французского искусства. Связь с классической традицией. Развитие в живописи художника реалистических тенденций французского искусства XIX века. Портреты. Изображение современной жизни. Колористические искания Дега.

Огюст Ренуар. Своеобразие импрессионизма Ренуара. Интерес к жанровым сюжетам и портрету: характер искусства, особенности его живописных исканий, техники. Декоративные тенденции в поздних работах Ренуара.

Клод Моне и развитие импрессионистического пейзажа. Ранний период творчества, связанный с реалистическим искусством середины XIX века. Творчество Моне как наиболее полное выражение принципов импрессионизма. Образы природы в живописи Моне. Развитие городского пейзажа. Стремление запечатлеть быстро изменяющуюся природу. Отход от пленэра, развитие декоративных поисков в ряде поздних работ. Значение Моне в европейском искусстве.

Творчество Альфреда Сислея, Камиля Писсарро. Кризис импрессионизма. Развитие французской живописи в последние годы XIX века.

Рост мирового влияния европейской культуры. Взаимодействие западных и восточных цивилизаций.

Научные открытия XX в. Значение основных философских учений А. Бергсона (учение об интуиции), З. Фрейда (понятие подсознательного), учение о человеке и искусстве М. Хайдеггера, К. Ясперса, Ж.-П. Сартра в формировании искусства XX века.

Авангард - экспериментальное движение в искусстве XX века, основными признаками которого выступает отказ от традиций, переосмысление всех основных категорий художественного творчества и установка на экспериментальное творчество.

Модернизм как художественно-эстетическая система, противопоставленная рационализму в искусстве. Основные признаки и рационалистичность творческого поиска. Субъективизм.

Основные экспериментальные направления искусства I половины XX века: важнейшие особенности и творчество основных представителей.

7. **Форма контроля** – зачеты, экзамен в очной и заочной формах обучения.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,
Б1.О.13 История русского искусства**

1. **Цели освоения дисциплины:** формирование у бакалавров универсальных компетенций, необходимых для развития у студентов способности воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

2. **Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:** дисциплина относится к обязательной части Блока 1 направления «Реклама и связи с общественностью».

Реализуется в шестом, седьмом и восьмом семестрах в очной форме обучения, седьмом, восьмом, девятом в заочной форме обучения.

Форма контроля: зачеты, экзамен в очной и заочной формах обучения.

Дисциплина основана на знаниях таких дисциплин как «История России», «История русской литературы».

Изучение дисциплины помогает студентам в дальнейшем освоить такие дисциплины как «Производственная практика».

3. **Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля):** УК-5

4. **В результате освоения дисциплины обучающийся:**

УК-5 (Межкультурное взаимодействие)

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

Знать: теорию и технологии межкультурного взаимодействия

Уметь: применять технологии межкультурного взаимодействия

Владеть: технологией межкультурного взаимодействия

5. **Общая трудоемкость дисциплины составляет** 6 зачетных единиц, 216 ч.

6. **Структура, краткое содержание дисциплины (модуля) и формы контроля освоения:**

Место и своеобразие изобразительного искусства в системе искусств. Классификация изобразительного искусства по видам (живопись, графика, скульптура, архитектура) и формам (станковая, монументальная, декоративная). Основные жанры изобразительного искусства, их особенности, взаимодействие жанров. Выразительные средства изобразительного искусства (композиция, колорит, светотень и др.). Неразрывность формы и содержания в выдающихся произведениях отечественного и мирового искусства. Основные исторические этапы развития русского искусства.

Искусство восточных славян, языческие традиции дохристианского этапа становления русской культуры. Принятие христианства, значение крещения Руси для развития искусства. Архитектура как ведущий вид искусства Древней Руси. Влияние Византии на древнерусское искусство.

Искусство Киевской Руси. XI век - период расцвета киевской художественной культуры. Софийский собор – главный архитектурный памятник Киева. Крестово-

купольный тип храма, его внутреннее убранство, фрески и мозаики. Другие известные памятники Киева: Золотые ворота, Киево-Печерский монастырь.

Искусство периода феодальной раздробленности. Появление местных художественных школ.

Новгородская художественная школа, выдающиеся памятники новгородского искусства XII – XIV веков: Новгородская София, церкви Спаса-Нередицы и Спаса на Ильине, Георгиевский собор в Старой Ладоге. Демократичность образов, драматизм действия в произведениях новгородского искусства. Творчество Феофана Грека – вершина новгородской художественной школы.

Владимиرو-Суздальское искусство XII-XIII веков. Главные архитектурные памятники: Успенский собор, Золотые ворота, церковь Покрова на Нерли, Дмитриевский собор. Декоративная скульптура, языческие традиции в скульптурном рельефе владимиро-суздальских храмов. Иконопись Владимиро-Суздальской школы. «Богоматерь Владимирская» – главная икона Руси. Византийские корни иконы, ее национальное и художественное значение.

Становление Московской художественной школы; связь этого процесса с общенациональным подъемом в борьбе против монголо-татарского ига. Искусство Москвы конца XIV – первой половины XV века.

Светский характер российской культуры, ее связь с петровскими социально-экономическими и политическими преобразованиями. Сочетание национальных традиций с опытом западноевропейского искусства – важнейший фактор развития русского барокко. Характерные особенности барокко в архитектуре, скульптуре и живописи: парадность, аристократизм, праздничность.

Барочная архитектура: от Д. Трезини к Ф.Б.Растрелли.

Развитие живописи: портрет – ведущий жанр. Парадный, репрезентативный портрет в искусстве И.Н. Никитина и А.П.Антропова. Появление интимного портрета, его развитие в творчестве Ф.С. Рокотова и Д.Г.Левицкого. Элементы сентиментализма в творчестве В.Л.Боровиковского.

Монументальная скульптура, ее высшие достижения в творчестве Э.М.Фальконе. Скульптурный портрет в творчестве Ф.И.Шубина.

Русский классицизм, особенности его развития в архитектуре, скульптуре и живописи: монументальность, использование образов античности, рационализм и стройность. Основание Академии художеств, ее роль в развитии русского искусства, утверждение исторического жанра как ведущего. Творчество А.П.Лосенко.

Высшие достижения архитектуры классицизма второй половины XVIII века в творчестве В.И.Баженова и М.Ф.Казакова.

Патриотический характер искусства классицизма, русская скульптура конца XVIII-начала XIX в., героический монументальный образ в искусстве М.И.Козловского и И.П. Мартоса.

Отражение в искусстве идей патриотизма и национального самосознания, вызванного Отечественной войной 1812 года. Переход от классицизма к романтизму – важнейшая особенность развития искусства первой трети XIX века. Утверждение живописи как ведущего вида изобразительного искусства.

Русский романтизм. Особенности его проявления в портретной живописи О.А.Кипренского: обращение к конкретной личности через раскрытие лучших черт характера, повышение роли колорита и светотени как ведущих художественных средств. Портрет Пушкина – вершина русского романтического портрета.

Романтический пейзаж С.Ф.Щедрина. Лирические эмоционально-взволнованные образы природы и место человека в ней в итальянских пейзажах художника.

Портретная живопись В.А.Тропинина. Демократизм творчества художника, жанровые мотивы в портретах Тропинина, его роль в создании Московской живописной школы, с ее интересом к бытовому жанру.

Творческий путь А.Г.Венецианова. Обращение художника к изображению русского крестьянства, поэтизация его труда и быта, образов русской природы в лучших произведениях мастера. Педагогическая система Венецианова, отличие его программы от академической.

К.П.Брюллов – крупнейший живописец академического направления второй четверти XIX века. Соединение классицизма и романтизма в творчестве художника: выразительность пластической формы и колористическое богатство, трагизм, благородство и красота человеческих чувств, проявляемых в борьбе со стихией, на примере картины «Последний день Помпеи». Ее огромный успех в России и Европе. Брюллов как выдающийся портретист. Эволюция его портретного творчества: парадный, репрезентативный портрет, романтический портрет, обращение в последние годы жизни к реалистическому психологическому портрету. Место и значение творчества Брюллова в истории русского искусства.

Великий опыт А.А.Иванова – попытка осмысления мифологического сюжета как реального события. История создания картины «Явление Христа народу»: система образов, композиция, колорит. Место и значение творчества Иванова в истории русского искусства, его недооцененность современниками и использование открытий Иванова на последующих этапах развития искусства.

Переход русской живописи к критическому реализму в творчестве П.А.Федотова. Социальная острота и жизненная правда образов художника. Новаторство последних работ мастера, трагическое обобщение, прорыв к художественным решениям, характерным уже для последующей эпохи развития искусства.

Новые тенденции общественно-культурной жизни России конца 50-60-х годов XIX века. Демократизация культуры. Кризис академизма в русском изобразительном искусстве. Усиление социально-критических тенденций реалистической живописи. Место Московского училища живописи, ваяния и зодчества в утверждении бытового жанра как ведущего.

В.Г.Перов – ведущий русский художник 60-х годов. Основные темы его творчества: обличительно-сатирическая линия; образы народного горя и страданий; утверждение положительного идеала в психологических портретах мастера.

«Бунт 14»: выход из Академии художеств живописцев – выпускников во главе с И.Н.Крамским, причины и общественный резонанс этого события. Деятельность Санкт-Петербургской Артели художников, стремление художников демократического направления Москвы и Петербурга к созданию единой художественной организации.

Образование Товарищества передвижных художественных выставок (1870 г.). Устав, идейная направленность и выставочная деятельность Товарищества. Основные жанры живописи передвижников. Деятельность П.М.Третьякова, его значение как собирателя, мецената и пропагандиста лучших произведений русского реалистического искусства.

Передвижничество – ведущее направление русского национального искусства 70-80-х годов. И.Н.Крамской – руководитель Товарищества; творческий путь художника, его

общественная и педагогическая деятельность, основные работы – «Христос в пустыне», серия портретов деятелей русской культуры.

Расцвет жанровой живописи передвижников 70-х - 80-х годов. Отражение актуальных проблем современной России в творчестве передвижников (Г.Г.Мясоедов, К.А.Савицкий, В.М.Максимов, В.Е.Маковский, Н.А.Ярошенко).

Историческая живопись передвижников. Многообразие подходов лучших художников к образам исторического прошлого России: философская, нравственная проблематика в живописи Н.Н.Ге, образы русского эпоса и фольклора в творчестве В.М.Васнецова. Творчество В.И.Сурикова – вершина исторической живописи передвижников. Народ как главное действующее лицо истории, историческая картина

как эпическая трагедия в лучших произведениях художника («Утро стрелецкой казни», «Боярыня Морозова»). Художественное новаторство мастера.

Жанровое многообразие творчества И.Е.Репина – крупнейшего русского художника последней трети XIX века. Показ могучей народной стихии, отражение острых социальных противоречий, широта и многообразие подхода к изображению основных социальных слоев населения пореформенной России в лучших жанровых картинах мастера («Бурлаки на Волге», «Крестный ход в Курской губернии»). Поиски Репина в историческом жанре, психологическая острота раскрытия образов («Иван Грозный и сын его Иван»). Репин – мастер психологического портрета. Образы деятелей искусства в портретном творчестве мастера (Мусоргский, Стrepетова). Композиционное и колористическое новаторство Репина, глубокое единство формы и содержания в лучших полотнах художника.

Творчество В.В.Верещагина. Новизна подхода к батальному жанру, антидеспотическая и демократическая направленность туркестанского и балканского циклов. Интерес к быту в сочетании с публицистическим обобщением – важные особенности творчества мастера. И.К.Айвазовский – ведущий живописец-маринист второй половины XIX века. Эволюция его творчества от романтизма («Девятый вал») к реализму («Черное море»). Критика Айвазовского передвижниками и необходимость объективной оценки творчества мастера.

Портретная живопись передвижников. Образы лучших представителей русской культуры в психологических портретах 70-80-х годов.

Пейзажная живопись передвижников. Многообразие подходов в утверждении принципов русского национального реалистического пейзажа: лиризм образов природы у А.К.Саврасова, эпический характер, стремление к реалистическому обобщению в

пейзажах И.И.Шишкина, декоративная выразительность, световые эффекты пейзажной живописи А.И.Куинджи, проникновение элементов бытового жанра в пейзажах В.Д.Поленова, его достижения в пленэрной живописи. «Пейзаж настроения» И.И.Левитана – завершение эволюции пейзажного образа в живописи XIX века и начало нового этапа живописных поисков пейзажистов конца XIX-начала XX века. Гармония правдивости и эмоциональности, лиризма и обобщения, колористическое и композиционное мастерство художника.

Кризисные тенденции в академической живописи: заученные приемы в сочетании с отточенной живописной техникой, отрыв от реальной действительности (творчество Г.И.Семирадского), утрата официальным искусством ведущей роли в развитии русского изобразительного искусства.

Развитие монументальной скульптуры. Попытки обновления исчерпавших себя академических приемов. Творчество М.М.Антокольского – высшее достижение русской пластики. Исторические портреты Антокольского, реалистичность и психологизм лучших работ мастера («Иван Грозный»). Открытие памятника А.С.Пушкину в Москве (скульптор А.М.Опекушин) – важное событие в истории русской культуры.

Сочетание академизма и эклектики – важнейшая особенность развития архитектуры. Использование приемов традиционной русской архитектуры при создании Храма Христа Спасителя (архитектор К.А.Тон). Стилизация как художественный прием при создании произведения архитектуры и как переход к архитектуре русского модерна, наиболее характерного для развития искусства последующего периода – конца XIX-начала XX в.

Социальные конфликты и противоречия эпохи и их отражение в культуре на рубеже столетий. Основные тенденции в развитии искусства: обновление видов и жанров, переосмысление традиций, кризис бытового реализма и отживших канонов академизма, поиски новых путей самовыражения личности в искусстве, усиление субъективного начала как общей тенденции всего европейского искусства рубежа веков. Художественная жизнь России эпохи культурного ренессанса, Серебряного века:

стремление к опосредованному отражению действительности в отличие от бытовой конкретики предшествующих десятилетий, широкое распространение стилизации: неоромантизм, обращение к традициям древнерусского искусства, народного лубка как свидетельство поисков новой художественной образности.

Живопись крупнейших мастеров рассматриваемого периода: В.А.Серова, М.А.Врубеля, М.В.Нестерова. Эволюция портретного жанра в творчестве Серова, представляющего все грани портрета: парадно-репрезентативный, интимный, психологический. Графическое мастерство Серова. Трагическое мироощущение в живописи Врубеля, его стремление к монументальным формам. Образ Демона – ключевой в творчестве мастера, тяготение мастера к стилю модерн. Поэтическое начало в живописи Нестерова, глубокие религиозные основы его творчества.

Интерес к стилизации, своеобразный ретроспективизм творчества художников объединения, (А.Н.Бенуа, Л.С.Бакст, Н.К.Рерих, Б.М.Кустодиев, К.А.Сомов, М.В.Добужинский). Разнообразие тем, понимание чувства стиля, красоты формы – несомненные достоинства деятельности мирискусников (издание одноименного журнала, театрально-декоративное искусство, живопись и графика).

Своеобразие творчества таких разных художников, как К.С.Петров-Водкин и В.Э.Борисов-Мусатов.

«Союз русских художников». Ведущее место пейзажного жанра в творчестве художников объединения, использование импрессионистических приемов в живописи

К.А.Коровина и И.Э.Грабаря. Жанровые мотивы в живописи представителей «Союза русских художников», попытки обновления традиционной живописной формы у А.П.Рябушкина и Ф.А.Малявина.

Объединения «Голубая роза» и «Бубновый валет», необходимость объективной оценки творчества их представителей в противовес откровенно негативной, бытовавшей в советский период. Взаимопроникновение элементов символизма, примитивизма и экспрессионизма в творчестве художников объединений, обостренный интерес к живописной форме. Творчество крупнейших представителей русского авангарда: В.В.Кандинского, К.С.Малевича, М.З.Шагала.

Влияние общественных событий 1905-1907 годов на развитие искусства, прежде всего графики. Расцвет политической карикатуры, острая социальная проблематика в произведениях реалистической живописи.

Развитие скульптуры начала века. Переосмысление традиций предшествующих периодов, поиски новых форм в творчестве П.П.Трубецкого, С.Т.Коненкова, А.С.Голубкиной.

Развитие архитектуры начала века. Поиски стилового единства, обращение к традициям древнерусской архитектуры и переосмысление традиций классицизма в создании стиля модерн. Творчество Ф.О.Шехтеля, А.В.Щусева.

Многообразие форм, жанров и выразительных средств – важная особенность и достижение русского искусства начала века.

Приоритет идеологических задач над собственно художественными – характерная черта советского искусства. Необходимость объективного исследования и оценки развития искусства в советский период, выделения важнейших особенностей, противоречий и несомненных достижений, этапных работ, обогативших отечественное искусство. Недопустимость односторонних подходов к истории советского искусства, как догматических, однозначно восхваляющих далеко не лучшие ее страницы, так и огульно отрицающих безусловно яркие творческие свершения за более чем 70-летний период истории.

Искусство первых послереволюционных десятилетий (1917-1930-е годы).

Политика советского правительства в области художественной культуры. План монументальной пропаганды. Работы скульпторов С.Т.Коненкова, Н.А.Андреева,

С.Д.Меркурова, В.И.Мухиной. Развитие политического плаката.Д.С.Моор, В.Н.Дени. «Окна РОСТА».

Традиции и новаторство в изобразительном искусстве этого времени. Основные художественные группировки 20-х годов: Ассоциация художников революционной России (АХРР), Общество станковистов (ОСТ), «4 искусства». Постановление правительства 1932 г. о ликвидации художественных объединений и начало создания единых творческих союзов.

Живопись 20-30-х годов. Творчество мастеров старшего поколения (П.П.Кончаловский, К.С.Петров-Водкин, И.И.Машков, М.В.Нестеров, В.А.Фаворский) и молодых художников (П.Д.Корин, А.А.Дейнека, А.М.Герасимов, М.Б.Греков, И.И.Бродский). Жанры в живописи: исторический, батальный, портретный. Новые темы и образы. Русские художники в эмиграции (А.Н.Бенуа, К.А.Сомов, М.З.Шагал).

Искусство в условиях военного времени. Плакат. «Окна ТАСС». Работы Кукрыниксов, И.М.Тоидзе, В.Б.Корецкого, А.А.Кокорекина, В.С.Иванова и др. Художники на фронтах войны.

Живопись военных лет. Новые темы и образы в картинах А.А.Дейнеки, А.А.Пластова, К.Ф.Юона, С.А.Герасимова.

Тема победы в искусстве послевоенных лет. Творчество скульптора Е.В.Вучетича.

Сохранение и развитие разнообразных жанров: исторический, историко-революционный, бытовой, портрет, пейзаж.

Усиление командно-административных методов руководства культурой. Создание Академии художеств СССР (1947 г.). I Всесоюзный съезд художников (1957 г.) и окончательное оформление творческого Союза Советских художников. Борьба руководства Академии с «формализмом» в искусстве. Сложность творческой судьбы П.Д.Корина, С.В.Герасимова, Р.Р.Фалька.

«Оттепель» 60-х годов в культурной жизни и влияние ее на изобразительное искусство. Выставка, посвященная 30-летию МОСХа (1962 г.). Критика со стороны официальной власти и руководства Академии художеств творческих поисков молодых художников. Так называемая «бульдозерная выставка».

Распространение в живописи 60-х годов нового направления, так называемого «сурового стиля». Творчество Г.М.Коржева, П.Ф.Никонова, Н.И.Андропова, В.Е.Попкова, Э.Н.Неизвестного.

Реформирование советского общества (середина 80-х годов), распад СССР (1991 г.) и влияние этих процессов на сферу художественной культуры. Отказ российских властей от диктата над духовной жизнью общества.

Некоторые тенденции в развитии современного изобразительного искусства. Многообразие художественных направлений и стилей (от реализма до постмодернизма). Органическая связь с предшествующим развитием русского и советского изобразительного искусства. Расширение возможностей для знакомства с творчеством разных по идейно-художественной манере живописцев. Персональные выставки П.Н.Филонова, К.Н.Малевича, М.В.Нестерова, В.В.Кандинского. Мировое значение русского искусства.

7. Форма контроля – зачеты, экзамен в очной и заочной формах обучения.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,
Б1.О.14 Безопасность жизнедеятельности

1. Цели освоения дисциплины приобретение знаний и умений: необходимых в обеспечении нормативно допустимых уровней влияния негативных факторов на человека и окружающую среду.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» входит в Блок 1 - обязательной части направления «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина преподается в 6 семестре в очной и заочной формах обучения.

Форма контроля: зачет в очной и заочной формах обучения.

Изучение дисциплины основано на изучении предшествующих дисциплин школьного курса «Физическая культура и спорт» и «Основы безопасности жизнедеятельности».

Изучение дисциплины необходимо для изучения следующих дисциплин: «Физическая культура и спорт (элективные курсы)».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля): УК-8

4. В результате освоения дисциплины обучающийся:

УК-8 (Безопасность жизнедеятельности)

Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов

Знать: требования, предъявляемые к безопасности условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и угрозе военных конфликтов и пути обеспечения комфортных условий труда на рабочем месте;

Уметь: обеспечивать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и угрозе военных конфликтов, комфортные условия труда на рабочем месте; выявлять и устранять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте;

Владеть: навыками предотвращения возникновения чрезвычайных ситуаций (природного и техногенного происхождения) на рабочем месте.

5. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы или 72 ч.

6. Структура и содержание дисциплины

Понятие о безопасности. Субъект и объект безопасности. Понятие об угрозах и источниках риска.

Методологические и функциональные основы систем безопасности, категория интересов и безопасность. Виды угроз безопасности. Системные факторы безопасности.

Безопасность жизнедеятельности человека: национальная, глобальная, личная, корпоративная. Человеческий фактор в обеспечении безопасности в социально-культурной сфере.

Концепция национальной безопасности как система взглядов на обеспечение безопасности в стране. Проблемы национальной и глобальной безопасности. Основные принципы, сущность и содержание. Системы обеспечения национальной безопасности.

Техносфера как источник угроз. Причины техногенных аварий и катастроф. Человеческий фактор в обеспечении техногенной безопасности.

Радиационная безопасность. Источники радиационного излучения в мирное время. Радиационные аварии современности, причины, ликвидация последствий.

Пожарная безопасность в учреждениях культуры и образования. Меры пожарной профилактики. Средства тушения пожаров и их применение. Ответственность руководителя и специалиста за соблюдение правил пожарной безопасности.

Безопасность при работе с электрооборудованием. Электромагнитные излучения и поля. Электробезопасность в учреждениях культуры.

Понятие о социально-культурной безопасности. Сфера досуга как объект защиты населения. Безопасность в учреждениях культуры. Безопасность культурно-массовых мероприятий.

Социально-культурная сфера как источник антропогенных угроз. Социально-культурные факторы возникновения межнациональных и межрелигиозных конфликтов.

Деструктивные субкультуры как источник угрозы национальной безопасности. Виды деструктивных субкультур. Факторы риска для молодежи при попадании в деструктивную субкультуру.

Роль специалиста социально-культурной сферы в предотвращении угроз антропогенного характера.

Информационная безопасность. Средства и методы защиты информации от незаконного использования и уничтожения.

Роль информации в обеспечении безопасности населения. Информационные воздействия как факторы социального риска и источники психологических угроз. Информационные войны. Доктрина информационной безопасности РФ.

Коммерческие информационные мифы как источник угроз для населения. Мониторинг недобросовестной рекламы. Черный PR. Защита населения от информационных угроз.

Единая государственная система по предупреждению и ликвидации чрезвычайных ситуаций. Цели и задачи РС ЧС, структура, режимы функционирования. Структура и задачи гражданской обороны и защиты населения. Современное оружие массового поражения. Средства индивидуальной защиты. Защитные сооружения гражданской обороны, их классификация и порядок использования. Особенности и организация эвакуации из зоны ЧС. Ликвидация последствий ЧС. Организация защиты населения в мирное и военное время. Антитерроризм.

Природная безопасность. Чрезвычайные ситуации природного характера. Классификация. Мероприятия по защите от их последствий. Чрезвычайные ситуации экологического характера. Эпидемии. Защита населения от эпидемических угроз.

Организация, формы и методы обучения населения различных категорий действиям в ЧС. Формирование культуры личности безопасного типа, роль курса ОБЖ и БЖД. Роль СМИ в пропаганде знаний о безопасности жизнедеятельности среди населения.

Правовые, нормативно-техническое и организационные основы обеспечения безопасности жизнедеятельности человека.

Понятие о медицине катастроф. Организация медицинского обеспечения населения в ЧС. Особенности оказания медицинской помощи в очагах массовых санитарных потерь. Виды медицинской помощи при катастрофах, стихийных и дорожно-транспортных происшествиях. Оказание доврачебной медицинской помощи при травмах, ранениях, кровотечениях, ожогах, отравлениях, синдроме длительного сдавливания, травматическом шоке и других неотложных состояниях. Реанимационные мероприятия. Особенности оказания первой медицинской помощи детям.

Культурные ценности, понятие, признаки и классификация. Учёт и хранение музейных ценностей, находящихся в государственных музеях России. Проблема сохранности книжных фондов. Основные причины утрат культурных ценностей. Обеспечение сохранности и защиты культурных ценностей в повседневных условиях. Конвенция об охране всемирного культурного и природного наследия.

Защита и спасение культурных ценностей в чрезвычайных ситуациях. Организация работы по сохранению, защите и спасению культурных ценностей. Гагская конвенция «О защите культурных ценностей в случае вооружённого конфликта».

7. Форма отчетности – зачет в очной и заочной формах обучения.
АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,
Б1.О.15 Физическая культура и спорт

1. Цели освоения дисциплины формирование физической культуры личности, основанной на знании социально-биологических и психофизических основ интеллектуальной деятельности человека; способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Физическая культура и спорт» входит в Блок 1 - обязательной части подготовки студентов по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Изучение дисциплины основано на изучении предшествующих дисциплин школьного курса «Физическая культура» и «Основы безопасности жизнедеятельности».

Дисциплина преподается в 1 семестре в очной и заочной формах обучения.

Форма контроля – зачет в очной и заочной формах обучения.

Знания, умения и навыки, приобретенные в результате изучения дисциплины необходимы при освоении дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» и Элективных дисциплин по физической культуре.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля): УК-7

4. В результате освоения дисциплины обучающийся:

УК-7 (Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение))

Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

Знать: научно-практические основы физической культуры и здорового образа жизни, методы сохранения и укрепления физического здоровья и умения использовать их для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;

Уметь: использовать творчески средства и методы физического воспитания для профессионального и личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни, уметь самостоятельно проводить тренировочные занятия по физической культуре;

Владеть: навыками и методами сохранения и укрепления личного здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности, для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности, личным опытом использования физкультурно-спортивной деятельности для повышения своих функциональных и двигательных возможностей для достижения личных жизненных и профессиональных.

5. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы или 72 ч.

6. Структура и содержание дисциплины

Физическая культура и спорт в общекультурной и профессиональной подготовке студентов. Ее социально-биологические основы. Физическая культура и спорт как социальные феномены общества. Законодательство Российской Федерации о физической культуре и спорте. Физическая культура и спорт человека. Основы здорового образа жизни студента. Особенности использования средств физической культуры для оптимизации работоспособности. Общая физическая и специальная подготовка в системе физического воспитания. Спорт. Индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений. Профессионально-прикладная физическая подготовка

студентов. Основы методики самостоятельных занятий и самоконтроль состояния организма.

7. Форма отчетности – зачет в очной и заочной формах обучения.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,
Б1.О.16 Психология массовых коммуникаций

1. Цели освоения дисциплины обучение студентов теоретическим знаниям и практическим навыкам психологического воздействия на аудиторию средств массовой информации, связей с общественностью и рекламы; формирование навыков применения эффективных психологических методик в профессиональной деятельности специалистов по рекламе и связям с общественностью; обретение навыков социального взаимодействия и реализации своей роли в команде и управления своим временем, выстраивания и реализации траектории саморазвития на основе принципов образования

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» входит в Блок 1- обязательной части направления подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Знание дисциплины основано на полученных знаниях дисциплины: «Основы коммуникативной культуры».

Дисциплина изучается в 4 семестре в очной форме обучения и в третьем четвертом семестре в заочной форме обучения.

Форма контроля – зачет в очной и заочной формах обучения.

Изучение дисциплины необходимо для освоения «Организации и проведения кампаний в связях с общественностью», «Организации и проведения кампаний в рекламе», «Бренд-менеджмента».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля): УК-3, УК-6.

4. В результате освоения дисциплины обучающийся:

УК-3 (Командная работа и лидерство)

Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

Знать: теорию и методологию психологии управления.

Уметь: организовать работу команды, определить стратегию ее деятельности, мотивировать команду для ее исполнения.

Владеть: психологическими методами.

УК-6 (Самоорганизация и саморазвитие)

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

Знать: теорию и технологии совершенствования собственной деятельности;

Уметь: определять приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки;

Владеть: навыками реализации и совершенствования собственной деятельности.

5. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы или 108 ч.

6. Структура и содержание дисциплины

Психологические основы PR и рекламы. Социально-психологические характеристики массовой коммуникации.

Понятие массовой коммуникации. Основные отличия между массовой коммуникацией и межличностным общением. Три стороны общения в массовой коммуникации. Функции массовой коммуникации: распространение знаний о действительности, информирование, социальный контроль и управление, интеграция общества и его саморегуляция, формирование общественного мнения, идейно-воспитательная функция, реализация социальной активности членов общества, функция распространения культуры, функция развлечения. Социально-психологические функции массовой коммуникации: функция социального ориентирования, функция аффилиации, функция контакта с другим человеком, функция самоутверждения.

Коммуникативные барьеры, препятствующие восприятию информации и пути их преодоления. Психологические эффекты в рекламе и PR-деятельности.

Проблема коммуникативных барьеров в социальной психологии. Факторы возникновения коммуникативных барьеров: информационная перегрузка, когда объем информации становится слишком большим, отсутствие единого понимания ситуации общения, психологические особенности партнеров по взаимодействию, препятствующие усвоению информации, особенности культурного уровня и нравственные установки партнеров по взаимодействию. Фонетические, логические, семантические коммуникативные барьеры. Географические и экономические коммуникативные барьеры. Преодоление коммуникативных барьеров в массовой коммуникации.

Суггестивные и ассоциативные аспекты массовой коммуникации. Психологическая сущность информационно-коммуникационных технологий.

Суггестия в социуме, социальные формы суггестивных практик. Суггестивные конструкции в рекламе и PR – практике. Авторитетные свидетельства в рекламе и PR – практике. Суггестия - внушение, гипноз. Ослабление критичности мышления человека и навязывание ему воли суггестора как древнейший способ управления человеческим поведением. Утвердившиеся в культуре формы суггестивных процедур (обычаи, культы, ритуальные церемонии, стереотипы и стандарты поведения.)

Суггестивные основы массовой коммуникации. Суггестивная техника – совокупности приемов с помощью которых осуществляется внушение.

Призыв – простейший способ вербально – суггестивного воздействия, выраженный глаголом в повелительном наклонении в виде предписывающего высказывания. Оформление призыва в виде слогана. Эффективность призыва в рекламе. Другие суггестивные конструкции: восклицание, эмоционально заражающее потребителя, риторический вопрос, нормативное утверждение, пресуппозиция, иллюзия голического выводы, противопоставление, имитация выбора, использование авторитетных свидетельств. Основные виды авторитетных свидетельств в рекламе и PR – практике: авторитет титула и звания, авторитет профессионального статуса, авторитет медийного лица, популярной личности, авторитет типичного потребителя, авторитет страны – производителя. Суггестивные возможности фоновых факторов, Персеверация, её суггестивный потенциал.

Восприятие аудиторией средств массовой коммуникации. Мотивационные аспекты массовой коммуникации.

Сравнительная характеристика каналов массовой коммуникации. Функционирование каналов массовой коммуникации. Изучение предпочтений каналов массовой коммуникации. Восприятие коммуникатора. Социально-психологическая модель коммуникатора. Харизматическая модель коммуникатора. Образ большой группы в материалах массовой коммуникации. Социально-психологический портрет аудитории. Интегрирующие и дифференцирующие тексты. Мотивы обращения к

Психоллингвистика о влиянии языковых средств.

Психоллингвистика - наука о речевой деятельности. Стратегии фрейминга, эмпатии и аффективного воздействия. Фрейминг как задание взгляда на событие (предмет). Роль значения слова во фрейминге в рекламном и PR-тексте. Использование

фрейминга и рефрейминга в связях с общественностью (миф, стереотип, спин-докторинг). Способы восприятия сообщения и отождествление адресата. Аппелляция к авторитету и образу в рекламе и связях с общественностью. Эмоциональные средства воздействия в языке

Согласование полимодальных средств воздействия. Психология зрительного восприятия. Взаимодействие полимодальных выразительных средств. Влияние на восприятие сообщения содержательного, тактического, стилистического единства рекламного сообщения и PR-текста. Возможности расхождений. Определение степени согласованности выразительных средств вербального, визуального, аудиального происхождения.

Психология слухов. Понятие «слух». Классификация слухов: информационная типология, эмоциональная типология. Признаки слухов. Условия возникновения слухов. Функции слухов. Трансформация слухов. Моделирование слухов. Отличие слухов от сплетен.

Роль массовых коммуникаций в формировании социального образца

Понятие «социальный образец», его особенности. Формы проявления социального образца. Факторы, определяющие особенности социального образца. Социальный образец в массовых коммуникациях.

Учет психологических особенностей целевой аудитории

Культурные и знаковые аспекты общественного сознания отдельных групп: общность мировосприятия, культурные познания, знаковые личности, стереотипы, ориентация в текущем моменте. Ориентация различных групп на каналы коммуникации. Особенности языка: территориальные, возрастные, гендерные. Обращения к различным функциональным стилям и жаргонам. Предпочтения в области визуальной информации.

Основы воздействия в рекламной продукции и PR-деятельности коммерческого назначения

Влияние, воздействие и манипуляция. Интерес как фактор коммуникации. Внимание, восприятие, понимание и запоминание в процессе коммуникации. Мотивы и потребности. Использование мотивации в рекламе и СМИ. Опыт и воображение. Роль установки и стереотипа в процессе массовой коммуникации. Стереотипы в рекламе. Телевизионное «насилие» и детская аудитория. Социальные стереотипы аудитории.

Психологический анализ сообщений массмедиа.

Типология аудиторий. Проблема эффективности исследования массовых коммуникаций. Ожидания и запросы аудитории. Психология слова. Социальный контекст исследования аудитории. Психические процессы в массовой коммуникации. Процессы памяти и массовая коммуникация. Восприятие журналистской информации и основы ее моделирования.

Тенденции развития массовой коммуникации в России и за рубежом: психологический аспект.

Новые средства массовой коммуникации. Глобализация. Демассовизация медиа. Фрагментация. Конгломерация. Конвергенция. Концепция «интерактивного общества».

7. Форма отчетности – зачет в очной и заочной формах обучения.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,
Б1.О.17 Визуальный язык рекламы

1.Цели освоения дисциплины: формирование у бакалавров общепрофессиональных и профессиональных компетенций, необходимых в профессиональной деятельности для решения технологических задач с использованием технических средств, приемом и методов онлайн и оффлайн коммуникаций; для работы с современными информационными технологиями.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО: Дисциплина входит в Блок 1- обязательной части направления подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Изучается в первом семестре очной и заочной форме обучения.

Форма контроля – экзамен в очной и заочной форме обучения.

Изучение дисциплины базируется на основе полученных школьных знаний, навыки, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Организация коммуникаций в социальных сетях», «Визуальные коммуникации и видео продакшн», «Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью», «Основы Web-дизайн и пользовательских интерфейсов», «Учебная практика», «Производственная (преддипломная) практика», «ГИА».

Взаимосвязь курса с другими дисциплинами ООП способствует планомерному формированию необходимых компетенций и углубленной подготовке студентов к решению специальных практических профессиональных задач.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля): ОПК-6, ПК-1.

3. В результате освоения дисциплины обучающийся:

ОПК-6 (Технологии)

Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

Знать: принципы работы современных информационных технологий и возможности их использования для решения задач профессиональной деятельности;

Уметь: использовать принципы работы современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности;

Владеть: навыками использования принципов работы современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности.

ПК-1 (Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий)

Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и оффлайн коммуникаций

Знать: технологии медиарилейшнз (отношения со СМИ); технологии копирайтинга; технологии организации специальных мероприятий; основные инструменты внутренних коммуникаций; основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов;

Уметь: использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования; использовать технологии копирайтинга; использовать основные технологии формирования корпоративной;

Владеть: технологиями медиапланирования; технологиями организации специальных мероприятий; современными техническими средствами и основными технологиями цифровых коммуникаций.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

5. Структура, краткое содержание дисциплины

Введение в профессию. Основные требования к технологическим особенностям в медиаиндустрии

Становление текстовых и визуальных образов в жанре плаката. Хронология действий и пионеры первых печатных постеров

Стиль модерн и его яркие представители в жанре плаката

Простота и юмор в плакатах пионеров рекламы

Стиль Арт деко. Яркие представители в жанре плакат: Каппелло, Стейнлейн, Касандр, Шульц-Нойдамм.

Первые русские плакаты. Тематика и характерные особенности

Первые агитационные плакаты. Сравнительная характеристика на примере рекрутинговых постеров разных стран

Представители русского авангарда Родченко, Маяковский, Эль Лисицкий

Советский киноплакат. Плакат левовца Лавинского к кинофильму «Броненосец Потемкин». Плакаты братьев Стейнбергов

Образ женщины в плакатах Второй мировой войны: Россия, США, Англия

Оптические иллюзии и гиперболы в киноплакатах послевоенной поры. Альфред Хичкок. Фильмы «Атака 50-футовой женщины», «Кинг-Конг», «Годзилла»

Антиалкогольные плакаты в СССР

Польская школа плаката

Советские покорители космоса

Борьба с ксенофобией и расовой сегрегацией на постерах протеста

Лаконичные символы в искусстве плаката. Дж Холтон

Швейцарская школа типографики. Интернациональный стиль

Креативные подходы в продаже с помощью плакатов

Политические плакаты 60-х – 80-х годов, которые изменили мир

Спортивный плакат. Олимпиада 80

Китайский плакат, особенности и тематика, герои

Северокорейский плакат, особенности и тематика, враги.

Музыкальные плакаты и плакаты мероприятий. Особенности и влияние

Иранский плакат, особенности и тематика

Экологические постеры. Общечеловеческая проблематика ЦУР

Социальная реклама для молодежной аудитории

Футуризм и взгляд за горизонт через прошлое. Компьютерные коммуникации

7. Форма отчетности – экзамен в очной и заочной форме обучения.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», Б1.О.18 Основы маркетинга

Цели освоения дисциплины заключается в формировании у бакалавров общепрофессиональных компетенций, необходимых для развития целостного представления о системе маркетинга, подготовке студентов к овладению приемами маркетинга, получении умений отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности, функционирования организации и развития навыков, необходимых для осуществления маркетинговой деятельности.

1. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Основы маркетинга» входит в Блок 1- обязательной части направления подготовки «Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины основано на полученных знаниях дисциплин: «Теория и практика связей с общественностью», «Теория и практика рекламы».

Изучение дисциплины проводится в третьем четвертом семестрах очной формы обучения и 2-3 - заочной.

Форма контроля – экзамен в очной и заочной форме обучения.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и навыки, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Интегрированные коммуникации», «Организация работы структур по связям с общественностью», «Организация работы структур в рекламе», «Маркетинговые

исследования и ситуационный анализ», «Кампании в связях с общественностью», «Кампании в рекламе», «Учебная практика», «Производственная практика».

Взаимосвязь курса с другими дисциплинами ООП способствует планомерному формированию необходимых компетенций и углубленной подготовке студентов к решению специальных практических профессиональных задач.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля): ОПК- 4

3. В результате освоения дисциплины обучающийся:

ОПК-4 (Аудитория)

Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

Знать: основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;

Уметь: соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп;

Владеть: основными инструментами поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности.

5.Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц или 216 ч.

6. Структура и содержание дисциплины

Социально-экономические основы маркетинга. Цели, задачи и предмет дисциплины маркетинг. Профессиональные компетенции, формируемые при освоении дисциплины. Межпредметные связи маркетинга с другими дисциплинами.

Понятие маркетинга и история его возникновения. Концепции маркетинга. Функции и принципы маркетинга. Инструменты маркетинга. Виды маркетинговой деятельности на предприятии.

Предмет маркетингового анализа. Понятие маркетинговой среды, ее компоненты. Факторы макросреды (экономические, политико-правовые, социальные, экологические, технологические). Факторы микросреды (поставщики, конкуренты, предприятие, посредники, потребители, контактные аудитории). PEST- анализ.

Сегментирование и позиционирование. Стратегии охвата рынка, понятие сегментирования, признаки сегментации. Процесс выбора целевых сегментов. Позиционирование товара: понятие, назначение, критерии позиционирования. Карта позиционирования и характеристики для ее построения.

Товарная политика. Понятие товара, его классификация, конкурентоспособность товара, многоуровневая модель товара, характеристики уровней. Жизненный цикл товара, формирование продуктового портфеля. Классификация нового товара, этапы создания нового товара, факторы успеха и неудач при выходе нового товара на рынке.

Политика ценообразования. Цена: понятие, назначение, классификация. Внешние и внутренние факторы, влияющие на назначение цены. Методы расчета цен. Стратегии ценообразования. Тактика ценообразования.

Политика распределения. Каналы распределения: понятие, назначение, функции, уровни. Виды и системы каналов распределения. Маркетинговые системы распределения.

Политика продвижения. Понятие продвижения товаров и услуг.

Методы продвижения: реклама, стимулирование сбыта, публич рилейшнз (связи с общественностью), личная продажа и прямой маркетинг. Цели и функции продвижения.

7.Форма отчетности – экзамен в очной и заочной форме обучения.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,
Б1.О.11 Теория и практика связей с общественностью

Цели освоения дисциплины заключается в формировании у бакалавров общепрофессиональных и профессиональных компетенций, необходимых для применения технологий маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта, идентификации интересов социальных групп и обосновании предложений по их согласованию для успешного ответа на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности; приобретении знаний о функциональных принципах построения и управления рекламных структур, организацией и творческим процессом.

1. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Теория и практика связей с общественностью» входит в Блок 1- обязательной части направления подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Изучается в третьем, четвертом семестрах в очной форме обучения и четвертом пятом в заочной форме обучения.

Форма контроля: зачет, экзамен в очной и заочной формах обучения.

Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данного курса, формируются в процессе изучения таких дисциплин, как: «Теория и практика рекламы», «Информационные технологии в медиа индустрии», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и навыки, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Интегрированные коммуникации», «Кампании в связях с общественностью», «Кампании в рекламе», «Учебная практика», «Производственная практика», «ГИА».

Взаимосвязь курса с другими дисциплинами ООП способствует планомерному формированию необходимых компетенций и углубленной подготовке студентов к решению специальных практических профессиональных задач.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля): ОПК-4, ПК-7

3. В результате освоения дисциплины обучающийся:

ОПК-4 (Аудитория)

Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

Знать: основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;

Уметь: соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп;

Владеть: основными инструментами поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности.

ПК-7 (Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникаций)

Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

Знать: основные маркетинговые инструменты; основы проведения маркетинговых исследований; принципы и основы проведения мониторинга обратной связи; основы производства коммуникационного продукта; основы реализации коммуникационного продукта;

Уметь: использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта;

Владеть: инструментами планирования производства коммуникационного продукта; инструментами реализации коммуникационного продукта.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц или 216 ч.

6. Структура и содержание дисциплины

Связи с общественностью как научная дисциплина. Предпосылки появления связей с общественностью в РФ (экономические, политические, социальные и др). Связи с общественностью: определения, сущность, подходы, концепции. Понятийный аппарат связей с общественностью, объект и предмет связей с общественностью. Принципы и функции связей с общественностью. Характеристика целевых аудиторий организации. Структура внешнего окружения организации. PR и пропаганда: общее и особенное. PR и реклама: общее и особенное. PR и маркетинг: общее и особенное. Связи с общественностью и интегрированные коммуникации. Современные тенденции и технологии связей с общественностью. Особенности связей с общественностью в социально-культурной деятельности.

Историография связей с общественностью в России и за рубежом

Генезис представления о предмете связей с общественностью. Элементы связей с общественностью в Античности. Элементы связей с общественностью в Средние века. Зарождение связей с общественностью в США. Коммуникационная функция «Бостонского чаепития». Вклад А. Ли в становление института связей с общественностью. Связи с общественностью в США в начале XX века. «Новый курс» Ф.Д. Рузвельта. «Разгребатели грязи». Э. Бернайз и связи с общественностью. Пропаганда в годы Первой и Второй мировых войн. Характеристика деятельности международных профессиональных ассоциаций по связям с общественностью. Характеристика деятельности российских профессиональных ассоциаций по СО. Российский Кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью: характеристика.

Связи с общественностью как коммуникационный процесс. Коммуникационный процесс: определение, сущность. Коммуникационный процесс: определение, сущность.: источник сообщения, сообщение, каналы коммуникации, получатель сообщения, обратная связь.

Структурные модели коммуникации и их характеристика. Характеристика основных коммуникационных барьеров.

Модели стратегических коммуникаций и их характеристика: производственно-ориентированные, рыночно-ориентированные, клиенто-ориентированные и человеко-ориентированные. Особенности внутренних и внешних коммуникаций

PR-проектирование. Генезис и этапы PR-проектирования. PR-проектирование: определение, сущность. Структура PR-проекта и его оформление. Проблематизация: определение, сущность. Методы исследования, применяемые в ходе определения и анализа проблемы: SWOT-анализ, ивент-анализ, контекст-анализ, социологические исследования и пр. Исследование объекта и предмета проекта. Структура исследования. Идея-концепция PR-проекта. Цель и задачи проекта. Целевая аудитория PR-проекта. Технологии реализации PR-проекта. Команда PR-проекта и функции членов команды. План-график PR-проекта. Бюджет PR-проекта. Медиаплан PR-проекта. Оценка эффективности PR-проекта. Приложение. Информационное сопровождение в условиях проведения тендера. Планирование и реализация контрактов на исполнение PR-проектов.

Медиаарилейшнз. Медиаарилейшнз: определение, сущность. Классификация СМИ, их достоинства и недостатки. Характеристика содержательного направления деятельности MR.

Правовые аспекты доступа к информации в РФ: российское федеральное законодательство о проблемах доступа к информации, отраслевые и региональные законы о проблемах доступа к информации, внутриведомственные и внутрикорпоративные нормативные документы.

Создание информационных поводов, их формы, классификация. Формирование собственного информационного потока. MR-тексты: пресс-релизы, бэкграундеры, факт-листы, биографии, пресс-листы и др.

Подготовка материалов для непосредственной публикации в СМИ: занимательная статья, кейс-история, авторская статья, обзорная статья, интервью.

Технологические направления MR-деятельности. Организация взаимодействия со СМИ. Журналистский пул.

Планирование и организация собственной MR-работы: разработка информационной стратегии организации, разработка краткосрочных, долгосрочных и перспективных планов сотрудничества со СМИ, определение круга ньюсмейкеров. Определение эффективности MR-деятельности.

Digital-поддержка мероприятий для прессы.

Внутрикорпоративный PR. Внутрикорпоративный PR: определение, сущность. Функции специалиста по внутрикорпоративному PR. Создание системы внутрикорпоративного PR.

Философия, цель, миссия организации. Этапы формулировки. Формирование системы внутрикорпоративных коммуникаций.

Корпоративная культура: определение, соотношение понятий «организационная культура» и «корпоративная культура». Историография понятия КК. Структура корпоративной культуры, характеристика элементов корпоративной культуры. Классификация корпоративной культуры. Оценка эффективности корпоративной культуры.

PR в антикризисном управлении. Кризисы: определение, классификация организационные причины кризисов. Жизненный цикл кризисов. Системный подход при подготовке к кризисным ситуациям. Модели М. Ломбарди, С. Финка, Я Митроффа и др. Управление кризисной ситуацией. Принципы кризисных коммуникаций. Выбор стратегии кризисной коммуникации. Превентивные меры по предотвращению кризиса: управление проблемами, управление репутацией, управление рисками. Антикризисная группа и антикризисный план.

Управление корпоративным имиджем и репутацией. Деловая репутация и имидж: определения, сущность, сходство и различия. Нематериальные активы организации: определения, сущность, виды и характеристики. Репутация как нематериальный актив организации.

Целевые аудитории репутации. Компоненты репутации и их характеристика. Компоненты репутации и их характеристика. Технологии управления деловой репутацией: взаимодействие со СМИ, КСО, повышение инвестиционной привлекательности и др. Продвижение репутации во внешних и внутренних аудиториях.

Репутация бренда в социальных сетях, обработка негатива.

7. Форма отчетности – зачет, экзамен в очной и заочной формах обучения.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,
Б1.О.23 Организация работы структур по рекламе и связям с
общественностью

Цели освоения дисциплины - дать студентам целостное представление о многогранности деятельности в сфере связей с общественностью; соединить полученные

теоретические знания с практикой работы структур по связям с общественностью с учетом тенденции развития общественных и государственных институтов; показать функциональный принцип построения этих структур, продемонстрировать, подвергнуть анализу, а также классифицировать деятельность современных передовых структур в органах государственной власти, крупных кампаниях и в PR-бизнесе; вникнуть в суть и овладеть технологиями установления прямой и обратной связи с целевыми аудиториями, органами государственной власти и СМИ; обучить основам исследования и управления общественным мнением с учетом запросов и потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности; научить планированию, сбору информации, анализу и началам прогнозирования в связях с общественностью, работе с бюджетом, базами данных, производственными структурами сферы коммуникаций, созданию продуктов в сфере коммуникаций, анализу эффективности деятельности по связям с общественностью; развить способности применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта; ; приобретении знаний о функциональных принципах построения и управления рекламных структур, организацией и творческим процессом.

1. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Организация работы структур по рекламе и связям с общественностью» входит в Блок 1- обязательной части направления подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данного курса, формируются в процессе изучения таких дисциплин, как: «Теория и практика рекламы», «Основы маркетинга», «Визуальный язык рекламы»,

Изучение дисциплины проводится в пятом, шестом семестрах в очной форме обучения, в седьмом восьмом в заочной форме обучения.

Форма контроля – зачет, экзамен в очной и заочной формах обучения. В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и навыки, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Исследования и анализ данных в коммуникациях». «Кампании в связях с общественностью», «Кампании в рекламе», «Учебная практика», «Производственная практика», «ГИА».

Взаимосвязь курса с другими дисциплинами ООП способствует планомерному формированию необходимых компетенций и углубленной подготовке студентов к решению специальных практических профессиональных задач.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля): ОПК-2, ОПК-4, ПК-7

3. В результате освоения дисциплины обучающийся:

ОПК-2 (Общество и государство)

Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах/коммуникационных продуктах

Знать: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития;

Уметь: учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.

Владеть: навыками создания коммуникационных продуктов, учитывая основные тенденции развития общественных и государственных институтов.

ОПК-4 (Аудитория)

Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

Знать: основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;

Уметь: соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп;

Владеть: основными инструментами поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности.

ПК-7 (Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникаций)

Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

Знать: основные маркетинговые инструменты; основы проведения маркетинговых исследований; принципы и основы проведения мониторинга обратной связи; основы производства коммуникационного продукта; основы реализации коммуникационного продукта;

Уметь: использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта;

Владеть: инструментами планирования производства коммуникационного продукта; инструментами реализации коммуникационного продукта.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц или 180 ч.

5. Структура и содержание дисциплины

Раздел 1. Департамент как организационная форма для реализации деятельности в СО.

Основные задачи, функции, направления деятельности структур по связям с общественностью.

История возникновения структур по связям с общественностью в России в 90-х гг. 20 века. Информационная, коммуникативная, аналитическая, управленческая, организационно-технологическая, консультационно-методическая, креативная функции связей с общественностью. Направления PR-деятельности.

Функциональный принцип построения и структура Департаментов по СО.

Структура типового Департамента по СО. Реализация PR-функций через структурные подразделения Департаментов по СО. Подразделения по СО Администрации Президента РФ, Правительства РФ, Государственной Думы, ОАО «Газпром», ОАО «РЖД», мэрии Москвы и других субъектов РФ. Положение о структуре по связям с общественностью: должностные обязанности руководителя и сотрудников структуры по связям с общественностью.

Организация работы Центра общественных связей.

Общественное мнение: изучение и управление. Понятие «общественное мнение». История его изучения. Объекты и субъекты общественного мнения. Функции общественного мнения. Движущие силы общественного мнения. Механизм формирования.

Группы особых интересов. Целевые и ключевые аудитории. Каналы прямой и обратной связи с общественностью.

Мировые сообщества или группы особых интересов. Понятия ключевой и целевой аудитории, лидеров общественного мнения. Технологии изучения общественного мнения, а также установления прямой и обратной связи с целевыми группами общественности.

Технологии организации работы с жителями территорий. Формирование навыков работы с открытой информацией, анализ групп общественности территорий, составление задания на исследование общественных организаций, определение методов исследования. Событийные коммуникации. Понятие событийной коммуникации.

Сообщение, как основа PR-события. Виды мероприятий, используемые в СО. Разница между событийной коммуникацией в PR и рекламе. Оценка эффективности событийной коммуникации.

Организация и подготовка выступлений перед целевыми аудиториями.

История развития ораторского искусства. Ораторское искусство и спичрайтинг: общее и особенное. Этапы подготовки к написанию речи. Структура речи. Правила для спичрайтера.

Организация работы Информационно-аналитической службы.

Методы сбора информации в СО. Эмпирические данные в социологии, применимые к сфере деятельности СО. Кабинетные методы сбора информации. История количественных стандартизированных опросов. Идеальный конфликт между «количественной» и «качественной социологией». Коммерческие опросы. Индивидуальные неструктурированные интервью и фокус-группы. Специфика фокус-групповых опросов. Роль модератора в их проведении.

Социологические и маркетинговые исследования в СО.

Необходимость исследований в СО. Методы сбора первичной информации. Анкетирование. Понятие открытых и закрытых вопросов. Экспертный опрос. Понятие мониторинга. Приемы маркетинговых исследований.

Аналитика в СО. Аналитические продукты, прогноз.

Анализ как составная часть всех видов человеческой деятельности. Методы анализа. Аналитическая записка как конечный продукт сбора и первичной обработки информации. Виды аналитических записок. Справка как аналитический продукт. Методы прогнозирования.

Методы исследования информационного поля организации: пресс-клиппинг, контент-анализ, мониторинг СМИ. Методы анализа СМИ. Пресс-клиппинг, контент-анализ, мониторинг. Особенности каждого вида в сфере связей с общественностью.

Организация работы пресс-службы.

Структура и направления деятельности пресс-служб. Понятие медиарилейшнз.

Подразделения пресс-службы. Направления их деятельности. Интернет-отдел как актуальная структура. Понятия медиарилейшнз, паблисити, паблицитный капитал.

Новость в журналистике и СО. Жанры журналистских текстов.

Управление информацией. Принципы взаимоотношений сотрудников пресс-служб и журналистов. Новость в журналистике и новость в СО. Понятие копирайтинга. Жанры журналистских текстов: информационные, аналитические, художественно-публицистические.

Контролируемые и неконтролируемые пресс-службой тексты. Жанры PR-текстов.

Деловое письмо и приглашение. Пресс-релиз, заявление для СМИ, бэкграундер, факт-лист, биографическая справка, байлайнер, имиджевая статья, кейс-стори, имиджевое интервью, пресс-кит, информационный пакет.

Информационный повод. Технологии ньюсмейкинга. Новость и ньюсмейкинг в СО. Формирование собственного информационного потока. Его сегментирование. Способы усиления новостей Организация пресс-конференций, брифингов, пресс-туров журналистов.

Компетенции и полномочия сотрудника пресс-службы и пресс-секретаря.

Компетенции сотрудника пресс-служб. История становления института пресс-секретарей в России. Пресс-секретарь как топ-менеджер организации или компании. Известные профессионалы, внесшие вклад в профессию.

Организация работы отдела внутрикорпоративных коммуникаций.

Понятие корпоративной культуры. Структура отдела ВКК. Особенности внутрикорпоративных коммуникаций. Задачи отдела по связям с общественностью внутри предприятия. Каналы внутрифирменной коммуникации.

PR-агентство как организационная форма для реализации деятельности в СО
Обзор рынка современных специализированных PR-агентств и агентств полного цикла.

Российские PR-агентства: КГ «Имидж-Контакт», «Никколо М» «Михайлов и партнеры», «Insiders», «PRPartner», КГ «АГТ», «КРОС», «Primum» и др., и профессиональные объединения: РАСО, АКОС и IABC. Обзор рынка.

Организационная структура типового PR-агентства полного цикла, функции подразделений.

Структура PR-агентства: административное управление, производственное подразделение, подразделение по продаже товаров и услуг, управление финансами организации, управление персоналом, управление коммуникациями организации.

Профессии в связях с общественностью. Профессиограмма PR-специалиста.

Направления специализации в СО: работа по связям с госучреждениями и общественными организациями - publicaffairs; управление корпоративным имиджем - corporateaffairs; создание благоприятного образа личности – imagemaking; построение отношений со СМИ - mediarelations; взаимоотношения с инвесторами –investorrelations; управление кризисными ситуациями – crisismanagement; организация событий – specialevents; общественная экспертиза - publicinvolvement. Профессиограмма PR-специалиста.

Формирование бюджета в СО.

Усилия PR-сообществ по введению единого ценообразования в практику деятельности PR-структур. Примеры бюджетирования в СО в зависимости от: количества сотрудников, доходов от деятельности, расходов на заработную плату, налоги, хозяйственные расходы и т.д.

Взаимодействие между Департаментом по СО и PR-агентством: договор на аутсорсинг.

Практика взаимодействия PR-кампаний и отделов по СО государственных организаций и коммерческих фирм. Наиболее распространенные виды деятельности, отдаваемые на аутсорсинг. Тендеры как способ заключения договоров между организациями.

Стратегическое и тактическое планирование в СО.

Понятие стратегии и ее основные виды в деятельности по СО: стратегия развития, стратегия безопасности, конкурентная стратегия, стратегия позиционирования, стратегия продвижения, имиджевая стратегия и др. Составление тактического плана.

Способы оценки эффективности в СО.

Цели проведения оценки эффективности PR-деятельности. Выработка ключевых показателей. Факторы, препятствующие оценке эффективности. Методология оценки эффективности PR-деятельности. Мировой и российский опыт.

Раздел 2. Отдел рекламы как организационная форма для реализации рекламной деятельности предприятия

Организация отдела рекламы на предприятии

Информационная, коммуникативная, эстетическая, организационно-технологическая, консультационно-методическая и креативная функции рекламы. Основные предпосылки и цели создания отдела рекламы на предприятии. Направления рекламной деятельности отдела рекламы.

Структура организации отдела рекламы

Структура типового отдела рекламы. Реализация рекламной деятельности через структурные подразделения отделов рекламы. Место отдела рекламы в департаменте маркетинга предприятия.

Профессии и должности внутри отдела рекламы

Кадровый состав отдела рекламы: основные должности и функционал. Подразделения отдела рекламы. Зависимость кадровой структуры ОР от общей

структуры предприятия. Направления специализации в рекламе: арт-дирекшн, копирайтинг, стратегия, медиапланирование, баинг, клиентский сервис, продакшн менеджмент, организация мероприятий, дизайн. Профессиограмма специалиста по рекламе.

Планирование рекламной деятельности. Планирование рекламного бюджета

Факторы, определяющие объем затрат на рекламу: жизненный цикл товара, специфика рынка, активность конкурентов, возможности и задачи рекламодателя, уровень знания продукта и место на рынке. Проблема завышенности и заниженности рекламных затрат. Принципы построения рекламного бюджета: процент от продаж, процент от прибыли, уровень продаж в единицах товара, конкурентный паритет, согласование с задачей, эмпирический метод и др.

Методическое обеспечение деятельности отдела рекламы.

Работа отдела рекламы с рекламным агентством. Определение понятия «тендер». Тендер, как основа конкуренции в рекламе. Виды тендеров. Основные проблемы тендерного подхода к выбору подрядчика со стороны клиента и со стороны участников.

Основные документы проекта (КП, смета, договор, бриф)

Основные документы проекта: смета, договор, бриф – их роль и основные положения. Документооборот в процессе проекта. Виды смет. Составление коммерческого предложения (КП): основные разделы и принципы. КП, как первый этап работы над проектом.

Обзор рынка современных рекламных агентств и агентств полного цикла

Типология рекламных агентств по типу организации, по типу предоставляемых услуг, по географическому охвату. Краткий обзор истории рынка рекламных агентств. Разбор по типологии агентств, входящих в состав АКАР. Агентства полного цикла – плюсы и минусы на современном рынке.

Организационная структура рекламного агентства полного цикла, функции подразделений

Структура рекламного агентства: административное управление, производственное подразделение, развитие бизнеса, клиентский сервис, стратегия, креатив, служебные отделы (финансовый, юридический, управление персоналом)

Работа креативного отдела. Методы креативного мышления

Брифинг креативной команды. Взаимодействие арт-директора и копирайтера в процессе разработки рекламной идеи. Понятие «рекламная идея», понятие «экзекьюшн», понятие «big idea». Методы креативного мышления: метод потока, метод газетных вырезок, метод шести шляп, майнд меппинг, метод диапазона, ТРИЗ, мозговой штурм.

Интересы агентства: портфолио, фестивали. Роль портфолио агентства в его развитии. PR рекламных агентств в профессиональной среде. Ежегодные фестивали рекламы для профессионалов, значение наград.

7. Форма отчетности – зачет, экзамен в очной и заочной формах обучения.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ **по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,** **Б1.О.21 Теория и практика рекламы**

1.Цели освоения дисциплины заключается в формировании у бакалавров общепрофессиональных компетенций, необходимых в профессиональной деятельности для использования истории рекламы, достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов/коммуникационных продуктов с учетом современного состояния рынка рекламы и соответствующих потребностям общества и аудитории в профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина Теория и практика рекламы входит в Блок 1- обязательной части направления подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данного курса, формируются в процессе изучения школьной программы.

Студенты, поступившие на первый курс специальности «Реклама и связи с общественностью», должны быть мотивированы на глубокое изучение основ своей будущей профессии, обладать общей культурной эрудицией, владеть навыками устной и письменной коммуникации.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и навыки, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Кампании в связях с общественностью», «Кампании в рекламе», «Учебная практика», «Производственная практика», «ГИА».

Взаимосвязь курса с другими дисциплинами ООП способствует планомерному формированию необходимых компетенций и углубленной подготовке студентов к решению специальных практических профессиональных задач.

Дисциплина читается на первом курсе, в 1 и 2 семестрах.

Форма контроля – зачет, экзамен в очной и заочной формах обучения.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля): ОПК- 3, ОПК - 4

4. В результате освоения дисциплины обучающийся:

ОПК-3 (Культура)

Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов/коммуникационных продуктов

Знать: сферу отечественного и мирового культурного процесса.

Уметь: использовать достижения отечественной и мировой культуры.

Владеть: средствами художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

ОПК-4 (Аудитория)

Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

Знать: основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;

Уметь: соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп;

Владеть: основными инструментами поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности.

5. Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц или 288 ч.

6. Структура и содержание дисциплины

Блок 1. РЕКЛАМА В СИСТЕМЕ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОТНОШЕНИЙ.

Основные подходы к пониманию рекламы.

Коммуникационный, функциональный, материальный, отраслевой, культурологический и другие подходы к пониманию рекламы. Определение рекламы у разных авторов.

Глобальные тенденции развития современной рекламы.

Роль рекламы в современном обществе: экономическая, социальная, политическая, морально-этическая, образовательная, психологическая, эстетическая роли. Основные тенденции: влияние глобализации, рост рекламных бюджетов, снижение

эффективности, использование рекламы в системе интегрированных коммуникаций, инновационность, повышение социальной ответственности.

Основные этапы развития рекламы в России и за рубежом.

Реклама в государствах Древнего мира: египетский папирус, наскальные надписи, рекламные объявления на деревянных дощечках. Развитие рекламы в Западной Европе: институт глашатаев, товарное клеймо, начало книгопечатания. Газета «Газет» в США. Первые рекламные агентства. Реклама в России: коробейники, лубочные картинки, рекламные объявления, реклама на конке и трамваях. Реклама в СССР. Современная реклама.

Классификация рекламы. Коммерческая и некоммерческая реклама.

Классификация рекламы по критерию целей рекламы и типа рекламодателя. Классификация по видам рекламы в соответствии с различными классификационными критериями. Определение коммерческой рекламы. Основные виды коммерческой рекламы: фирменная, корпоративная, кооперированная. Понятие некоммерческой рекламы и ее типы.

Обзор отдельных типов некоммерческой рекламы. Социальная реклама.

Социальная реклама – как вид некоммерческой коммуникации. Ее миссия в обществе. Примеры современных успешных социальных кампаний. Эффекты шоковой терапии и искренности в социальной рекламе.

Политическая реклама. Государственная реклама.

Политическая реклама – как вид некоммерческой коммуникации. Классификация Л.Девлина по жанру политической рекламы. Коммуникационные особенности политической рекламы.

Цели государственной рекламы. Ее сходство и отличие с социальной и политической рекламой. Комплексные коммуникационные кампании. Важнейшая моральная заповедь государственной рекламы.

Реклама территорий. Личностная реклама.

Уровни рекламы территорий. Формирование позитивного имиджа территорий. Критерии позиционирования городов и участие рекламы в этом процессе. Инструменты рекламирования территорий. Ресурсы личности. Виды личностной рекламы и ее цели. Имидж и личностная реклама. Носители, используемые в личностной рекламе.

БЛОК 2. РЕКЛАМА В СИСТЕМЕ КОММУНИКАЦИЙ

Теория коммуникаций. Реклама как тип социальных коммуникаций.

Комплекс наук о коммуникации. Сущность коммуникации. Реклама как вид социальной коммуникации. Понятия знака, кода, менталитета целевой аудитории. Использование архетипов и стереотипов. Схема рекламной коммуникации. Преодоление барьеров и фильтров при формировании рекламной коммуникации.

Социально-психологические основы рекламы. Психологические мотивы, используемые в рекламе.

Влияние внешних и внутренних факторов на поведение человека. Рекламная информация как комплекс раздражителей. Механизм психологического воздействия рекламы на потребителя. Психология потребительской мотивации на поведение покупателя.

Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.

Основные принципы управления рыночной деятельностью. Типы рынков. Определение маркетинга. Цели маркетинговых коммуникаций. Основные элементы

маркетинга. Система маркетинговых коммуникаций (СМК) и их структура. Место рекламы в системе маркетинговых коммуникаций. Основные коммуникационные характеристики рекламы. Основные функции рекламы.

Взаимоотношение рекламы с другими типами маркетинговых коммуникаций. Реклама и связи с общественностью.

Реклама и массовая информация. Реклама и маркетинг. Понятие и сущность публичных рилейшнз. Цели, задачи и функции связей с общественностью. Отличие PR-коммуникации от других видов коммуникаций, в том числе рекламы. СО, как эффективный инструмент маркетинговой политики компании.

Фирменные идентифицирующие маркетинговые коммуникации, корпоративная идентификация и фирменный стиль.

Основные этапы эволюции подходов к формированию коммуникационных технологий, идентифицирующих коммуникатора. Три составные части корпоративной идентификации. Определение фирменных идентифицирующих маркетинговых коммуникаций (ФИМК). Соотнесение понятий ФИМК, имидж и бренд. Фирменный стиль и его основные элементы. Товарный знак как средство идентификации. Функции товарного знака. Фирменный цвет, комплекс шрифтов. Носители ФС.

Роль рекламы в реализации маркетинговой технологии позиционирования.

Понятие позиционирования, его цель. Сегментация рынка. Реальные и воображаемые характеристики товара и услуги. Основные этапы разработки позиционирования.

Роль рекламы в бренд-менеджменте.

Зарождение брендинга. Понятие бренд. Бренддинг как управленческая технология, включающая элементы маркетинга и менеджмента. Роль рекламы на разных стадиях развития бренда.

. Понятие рекламного обращения, этапы и технологии процесса его разработки.

Рекламное обращение как главное средство и инструмент рекламной деятельности. Понятие рекламного обращения. Креативный характер разработки рекламных посланий. Основные этапы творческого рекламного процесса и его участники. Распространенные креативные технологии в процессе создания рекламных обращений.

Содержание, форма и структура рекламного обращения.

Психологические мотивы как основа содержания рекламного обращения. Классификация потребностей человека по А.Маслоу. От идеи – к творческой концепции рекламы. Жанр, стилевое решение, тон и атмосфера как элементы формы рекламного обращения. Слоган, зачин, информационный блок, справочный блок, эхо-фраза – элементы структуры рекламного обращения.

Каналы рекламной коммуникации. Понятие рекламных медиа.

Критерии при анализе и выборе средств распространения рекламы. Понятия медиаканала и медианосителя. Основные средства распространения рекламы (каналы рекламной коммуникации).

Реклама в прессе. Полиграфическая реклама.

Реклама в прессе: рекламные объявления, статьи и обзоры. Характеристика печатных изданий. Полиграфическая реклама: листовки, буклеты, плакаты, проспекты, каталоги. Разработка элементов полиграфической рекламы.

Экранная реклама и реклама на радио.

Виды экранной рекламы. Телевизионная реклама: видеоролик, киноролик, мультипликация. Основные модели размещения рекламы на телевидении. Повышение роли рекламы в кинотеатрах. Форматы радиостанций.

. Наружная реклама. Транспортная (транзитная) реклама.

Виды наружной рекламы. Преимущества наружной рекламы. Факторы роста транспортной рекламы. Типы носителей рекламы на транспорте.

Интернет и digital реклама.

Реклама в Интернете. Поисковые системы. Баннеры. Электронная почта. Реклама в компьютерных играх. Основные средства мобильной рекламы. Современные тенденции индивидуального коммуникационного воздействия.

Подходы к разработке медиаплана. Основные показатели медиапланирования.

Понятия медиапланирования и медиаплана. Этапы медиапланирования. Основные показатели медиапланирования: охват аудитории, частота воздействия, соответствие параметров медианосителей и целевой аудитории, относительные показатели эффективности медиаразмещения.

Блок 3. РЕКЛАМА В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА.

Основные понятия рекламного менеджмента. Информационное обеспечение рекламы.

Управление рекламой как элемент системы управления маркетингом коммуникатора. Рекламный менеджмент как взаимодействие участников рекламной деятельности. Система функций рекламного менеджмента: планирование, организация, контроль. Информационное обеспечение рекламы. Рекламные исследования.

Планирование рекламной деятельности.

Формирование рекламной политики и рекламной стратегии. Рекламная кампания как элемент тактического планирования рекламной деятельности. Виды рекламных кампаний. Этапы рекламных кампаний. Бриф и его типы.

Организация рекламного процесса, его структура и участники.

Субъекты рекламной деятельности. Организация рекламной службы рекламодателя. Структура рекламного агентства. Работа креативного отдела.

Контроль рекламной деятельности. Оценка эффективности рекламы.

Оперативный и тактический контроль рекламы. Понятие эффективности. Виды эффективности. Внутренние и внешние факторы эффективности. Стратегический внутрифирменный контроль.

7. Форма отчетности – зачет, экзамен в очной и заочной формах обучения.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», Б1.О.24 Кампании в связях с общественностью

1. Цель освоения дисциплины заключается в формировании у бакалавров универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, необходимых в проектной деятельности для овладения комплексом PR-технологий и реализации своей роли в организационных структурах и оценке эффектов кампаний в связях с общественностью и последствий своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности; осуществления профессиональных функций в

области рекламы и связей с общественностью в коммерческой и социокультурной сферах, в политике при организации и проведении кампаний в рекламе; проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями задачами ивент (event) маркетинга; участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий; применения основных технологий маркетинговых коммуникаций и формирования кампаний в рекламе при разработке и реализации коммуникационного продукта; формирования умения студентов творчески мыслить, применять полученные теоретические знания и практические навыки.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Организация и проведение кампаний в связях с общественностью» входит в обязательные дисциплины Блока 1 направления подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Изучение дисциплины проводится в пятом, шестом семестрах в очной форме обучения, в седьмом, восьмом в заочной форме обучения.

Форма контроля: зачет, экзамен в очной и заочной формах обучения.

Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данного курса, формируются в процессе изучения таких дисциплин, как: «Информационные технологии в медиа индустрии», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Организация работы структур по связям с общественностью», «Коммуникология в рекламе и в связях с общественностью», «Учебная практика», «Производственная (профессионально-ознакомительная, профессионально-творческая) практика».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и навыки, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Бренд-менеджмент», «Медиапланирование», «GR-коммуникации», «Продюсирование и продвижение шоу – программ», «Эволюция политического консалтинга», «Производственная (преддипломная) практика», «ГИА».

Взаимосвязь курса с другими дисциплинами ОПОП способствует планомерному формированию необходимых компетенций и углубленной подготовке студентов к решению специальных практических профессиональных задач.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля): УК-3, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6

3. В результате освоения дисциплины обучающийся:

УК-3 (Командная работа и лидерство)

Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою теорию и методологию психологии управления;

Уметь: организовать работу команды, определить стратегию ее деятельности, мотивировать команду для ее исполнения; психологическими методами управления.

ПК-2 (Осуществление профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью в коммерческой сфере)

Способность осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в социокультурной сфере

Знать: организацию рекламной деятельности и связей с общественностью в коммерческой; технологии и инструменты продвижения в коммерческой сфере;

Уметь: создавать и продвигать рекламные проекты и проекты по связям с общественностью с учетом специфики сферы; применять технологии работы с различными целевыми аудиториями;

Владеть: исследования и анализа современного рынка и тенденций его развития; технологиями продвижения товаров и услуг.

ПК-3 (Осуществление профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью в политике)

Способность осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в политике

Знать: организацию рекламной деятельности и связей с общественностью в политике; технологии и инструменты продвижения в политике;

Уметь: создавать и продвигать рекламные проекты и проекты по связям с общественностью с учетом специфики сферы; организовывать политические кампании; продвигать имидж политического лидера или организации; применять технологии работы с различными целевыми аудиториями;

Владеть: методами анализа современного политического процесса, продвижения имиджа политического лидера или организации; технологиями работы с различными целевыми аудиториями.

ПК-4 (Осуществление профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью в социокультурной сфере)

Способность осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в социокультурной сфере

Знать: организацию рекламной деятельности и связей с общественностью в социокультурной сфере; технологии и инструменты продвижения в социокультурной сфере;

Уметь: создавать и продвигать рекламные проекты и проекты по связям с общественностью с учетом специфики сферы; организовывать специальные мероприятия по продвижению объектов/продуктов культуры; применять технологии работы с различными целевыми аудиториями;

Владеть: методами анализа современного социокультурного пространства и тенденций его развития, технологиями организации и продвижения социокультурных проектов и мероприятий.

ПК-5 (Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью)

Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями задачами.

Знать: типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; виды основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; основы планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью.

Уметь: составлять основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; понимать результаты исследований для планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью.

Владеть: реализацией типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; навыками составления документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; Навыками использования исследований для планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью.

ПК-6 (Организация процесса создания коммуникационного продукта)

Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

Знать: состав функций линейного менеджера по рекламе и связям с общественностью; основы тактического планирования мероприятий в области рекламы и связей с общественностью; основы коммуникационной стратегии; основы организации внутренних коммуникаций; основные виды мероприятий по формированию корпоративной культуры и идентичности;

Уметь: выполнять функции линейного менеджера в рамках текущей деятельности коммуникационного или рекламного отдела и (или) отдела по рекламе и

связям с общественностью в учреждении социо-культурной сферы; планировать тактические мероприятия в рамках реализации коммуникационной стратегии;

Владеть: навыками организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц или 180 ч.

5. Структура и содержание дисциплины

Раздел 1. Понятие и общая характеристика PR-кампаний. Понятие PR-кампании как одной из форм ведения деятельности в связях с общественностью. Характеристики PR-кампании, ее виды. Соотношение понятий PR-акция, PR-проект, и PR-кампания.

Методология построения кампаний в различных коммуникационных системах.

Коммуникационные системы RACE , ATL/ BTL ,AIDA, ACCA, DIBABA, DAGMAR и др. Модель стратегического планирования PR-кампании по Филиппу Буари. Стратегическое планирование и программирование.

Общая характеристика этапа планирования PR-кампании. Разработка стратегического планирования. Тактическое планирование. Миссия и видение организации: PR-программирование.

Определение и сущность PR-технологий. Модульные технологии в реализации PR-кампаний.

Понятия технологии и PR-технологии. PR-технологии как частный вид социально-коммуникативных технологий. Общие признаки. Модульные технологии в PR-практике.

Управление проектами в СО. Понятие проекта. Отрасли применения проектного подхода. Важность проектного подхода в сфере коммуникаций. Ключевая разница между проектной и постоянно текущей операционной деятельностью. Признаки проекта. Команда проекта.

Структура и содержание PR-брифа. Техническое задание на разработку проекта по предоставлению услуг в связях с общественностью (PR-бриф). Цель PR-брифа, его структура. Содержание разделов. Условия двухступенчатого тендерного конкурса.

Бюджет кампании. Определение общего объема бюджетных средств, ассигнуемых на коммуникационную кампанию в целом. Распределение средств бюджета кампании по статьям расходов. Способы расчета бюджета.

Особенности организации PR-кампаний в Интернете.

Типы коммуникации в Интернете и их конвергенция с традиционными коммуникационными принципами и возможностями. Особенности работы с целевыми аудиториями в Интернете. Блоги и блогосфера как новое поле для PR-технологий. Организация и проведение PR-кампаний в Интернете.

Оформление проекта будущей кампании.

Важность предоставления проекта заказчику и его презентации. Структура PR-проекта, его оформление. Подготовка презентации.

Раздел 2. Виды PR-кампаний.

Социальные кампании: спонсоринг и фандрайзинг. Понятия спонсоринг, меценатство и фандрайзинг. Преимущества спонсорства. Основания для выделения средств. Мотивы выделения средств при фандрайзинге. Структура и содержание спонсорского пакета. Письмо запрос и заявка потенциальным спонсорам.

Информационный и коммуникативный аудиты как разновидность PR-кампаний.

Понятие информационного аудита. Нисходящая стратегия анализа данных. Интернетизация информационного пространства. Электронные системы анализа СМИ «Медиалогия», «Интегрум», «Паблик.Ру» и др. Понятие коммуникативного аудита. От информационного и коммуникативного аудита к информационно-коммуникативной стратегии. Информационные кампании.

Имиджевые кампании в СО. Определение требований аудиторий. Формулировка характеристик в сумме составляющих имидж. Перевод выбранных характеристик в разные контенты (визуальный, вербальный, событийный, контекстный, семейный и др). Составление медиаплана и плана кампании по продвижению имиджа.

Репутационные кампании в СО. Репутация как основная цель деятельности по связям с общественностью. Временные особенности кампаний по поддержанию репутации. Технологии спин-доктора в работе по поддержанию репутации фирмы или личности в условиях кризисных угроз.

Создание и продвижение бренда. Предназначение брендов. Классификация атрибутов бренда как набора потребительских ассоциаций. Создание потребительской ценности бренда посредством использования концепции позиционирования. Поведение потребителя как стратегический фактор управления брендом.

Понятие геобрендинга. Кампании по созданию и продвижению геобренда. Концепция геобрендинга. Соотношение понятий имидж, бренд и маркетинг территорий. Технологии создания геобрендов. Лучшие примеры отечественной и зарубежной практики по созданию геобрендов.

Особенности избирательных кампаний. Типы стратегий избирательных кампаний. Имидж как содержательная часть избирательной кампании. Проектная форма деятельности избирательных кампаний. Роль полевых работ как одной из форм прямой и обратной связи.

Экономические кампании как способ инвестиционной привлекательности. Связи с общественностью на фондовом рынке, в реальном секторе экономики и их субъекты. Раскрытие информации о компании. Акценты в работе с финансовой информацией. Инвестиционная привлекательность региона. Роль PR в процессе проведения IPO.

Роль СО в продвижении продуктов и услуг на рынок, как разновидность кампании в экономической сфере.

Понятие продвижения. Основные и синтетические средства продвижения интегрированных маркетинговых коммуникаций. Место СО в ИМК. Особенности продвижения продуктов на разных этапах жизненного цикла продукта.

Коммуникационный кризис-менеджмент. Кампании по предотвращению кризисов и ликвидации его последствий. Понятие кризиса. Определение кризис-менеджмента и его целей. Виды кризисов. Правила «Тайленола». Профилактика кризисов. Возможности коммуникационного менеджмента по спасению репутации. Разработка антикризисной стратегии. Этапы кампании по выходу из кризиса.

Структура отчета и процесс его составления. Формы отчетов и их формат. Детали отчета: введение, цель кампании, выполнение календарного графика, объем выполненных работ, оценка эффективности кампании, выводы, предложения на будущее. Общие проблемы отчетов: излишняя детализация, из отчета трудно выделить необходимую для принятия дальнейших решений информацию, поверхностность отчета и т.д.

7. Форма контроля: зачет, экзамен в очной и заочной формах обучения.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,
Б1.О.25 Кампании в рекламе

1. Цели освоения дисциплины Цель освоения дисциплины заключается в формировании у бакалавров универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, необходимых в профессиональной деятельности для осуществления социального взаимодействия и реализации своей роли в организационных структурах и оценке эффектов рекламных кампаний и последствий своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности; осуществления профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в коммерческой и социокультурной сферах, в политике при организации и проведении кампаний в рекламе; проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями задачами ивент (event) маркетинга; участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий; применения основных технологий маркетинговых коммуникаций и формирования кампаний в рекламе при разработке и реализации коммуникационного продукта; формирования умения студентов творчески мыслить, применять полученные теоретические знания и практические навыки.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Организация и проведение кампаний в рекламе» входит в Блок 1- обязательной части направления подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данного курса, формируются в процессе изучения таких дисциплин, как: «Информационные технологии в медиа индустрии», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Организация работы структур по рекламе», «Коммуникология в рекламе и в связях с общественностью», «Учебная практика», «Производственная (профессионально-ознакомительная, профессионально-творческая) практика».

Дисциплина реализуется в шестом семестре на очной форме обучения и в пятом шестом семестрах на заочной форме обучения.

Форма контроля – экзамен на очной и заочной формах обучения.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и навыки, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Бренд-менеджмент», «Медиапланирование», «GR-коммуникации», «Продюсирование и продвижение шоу – программ», «Эволюция политического консалтинга», «Производственная (преддипломная) практика», «ГИА».

Взаимосвязь курса с другими дисциплинами ООП способствует планомерному формированию необходимых компетенций и углубленной подготовке студентов к решению специальных практических профессиональных задач.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля): УК-3, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6

4. В результате освоения дисциплины обучающийся:

УК-3 (Командная работа и лидерство)

Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою теорию и методологию психологии управления;

Уметь: организовать работу команды, определить стратегию ее деятельности, мотивировать команду для ее исполнения; психологическими методами управления.

ПК-2 (Осуществление профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью в коммерческой сфере)

Способность осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в социокультурной сфере

Знать: организацию рекламной деятельности и связей с общественностью в коммерческой; технологии и инструменты продвижения в коммерческой сфере;

Уметь: создавать и продвигать рекламные проекты и проекты по связям с общественностью с учетом специфики сферы; применять технологии работы с различными целевыми аудиториями;

Владеть: исследования и анализа современного рынка и тенденций его развития; технологиями продвижения товаров и услуг.

ПК-3 (Осуществление профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью в политике)

Способность осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в политике

Знать: организацию рекламной деятельности и связей с общественностью в политике; технологии и инструменты продвижения в политике;

Уметь: создавать и продвигать рекламные проекты и проекты по связям с общественностью с учетом специфики сферы; организовывать политические кампании; продвигать имидж политического лидера или организации; применять технологии работы с различными целевыми аудиториями;

Владеть: методами анализа современного политического процесса, продвижения имиджа политического лидера или организации; технологиями работы с различными целевыми аудиториям.

ПК-4 (Осуществление профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью в социокультурной сфере)

Способность осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в социокультурной сфере

Знать: организацию рекламной деятельности и связей с общественностью в социокультурной сфере; технологии и инструменты продвижения в социокультурной сфере;

Уметь: создавать и продвигать рекламные проекты и проекты по связям с общественностью с учетом специфики сферы; организовывать специальные мероприятия по продвижению объектов/продуктов культуры; применять технологии работы с различными целевыми аудиториями;

Владеть: методами анализа современного социокультурного пространства и тенденций его развития, технологиями организации и продвижения социокультурных проектов и мероприятий.

ПК-5 (Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью)

Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями задачами.

Знать: типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; виды основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; основы планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью.

Уметь: составлять основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; понимать результаты исследований для планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью.

Владеть: реализацией типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; навыками составления документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; Навыками использования исследований для планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью.

ПК-6 (Организация процесса создания коммуникационного продукта)

Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

Знать: состав функций линейного менеджера по рекламе и связям с общественностью; основы тактического планирования мероприятий в области рекламы и связей с общественностью; основы коммуникационной стратегии; основы организации внутренних коммуникаций; основные виды мероприятий по формированию корпоративной культуры и идентичности;

Уметь: выполнять функции линейного менеджера в рамках текущей деятельности коммуникационного или рекламного отдела и (или) отдела по рекламе и связям с общественностью в учреждении социо-культурной сферы; планировать тактические мероприятия в рамках реализации коммуникационной стратегии;

Владеть: навыками организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.

5. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы или 144 ч.

6. Структура и содержание дисциплины

Организация и проведение кампаний в рекламе как научно-прикладная система знаний. Организация и проведение кампаний в рекламе как новая область научного знания (Д.О'Кифф, П.Макги, К.Роуман, Д.Митчелл, И.Манн, Дж.Траут, А.Шумович). Определение понятия. Социально-теоретическая и практическая обусловленность возникновения кампаний в рекламе. Место событийного маркетинга в системе современных наук. Организация и проведение кампаний в рекламе и педагогика. Организация и проведение кампаний в рекламе и психология. Предметное поле событийного маркетинга. Объект и предмет, цель и задачи событийного маркетинга.

Структура событийного маркетинга в системе знания. Теоретико-методологическое и прикладное направление событийного маркетинга. Ивент-маркетинг, корпоративный маркетинг, событийный рг, как научно-практические направления событийного маркетинга. Ивент менеджер. Менеджер по организации мероприятий. Специалист по проведению кампаний.

Кампании как объект изучения в событийном маркетинге. Ивент маркетинг: определение понятия. Многообразие кампаний в рекламе и маркетинге. Основные подходы к определению термина «кампания» и его характеристики. Событие, как инструмент продвижения. Кампания как возможность использования объекта или явления. Событие и кампания: соотношение понятий. Сущность, характерные признаки кампании в рекламе. Аудитория и целевые потребители в событийном маркетинге.

Типология кампаний в рекламе. Событие как продукт целенаправленной деятельности и нецеленаправленной деятельности. События – отрицательные и положительные с точки зрения имиджа компании. События управляемые и непрогнозируемые. Характеристика особенностей. Организационные составляющие и свойства кампаний в рекламе. Вопросы территориального событийного маркетинга (местечковое, районное, региональное, краевое пр.). Зависимости социальных стереотипов в событийном маркетинге. Национальные особенности. Предметные кампании: определение и сущность. Цели и мотивы формирования предметных кампаний, как явления событийного маркетинга. Роль персонификации в событийном маркетинге. Корпоративные кампании внутренний событийный маркетинг: определения. Подходы к трактовке термина «корпоративный маркетинг». Внутренний и внешний событийный маркетинг в организации. Корпоративный имидж в контексте социальных, политических и бизнес-коммуникаций.

Виды организации кампаний в рекламе. Деловые выставки. Корпоративные кампании. Презентации, пресс-конференции, брифинги. BTL-мероприятия. Теоретические аспекты презентации: публичные выступления, опинион лидеры, спикеры. Структура и содержание при организации кампаний. 4 сезона ивента.

Аутсорсинг в ивент маркетинге. Особенности в событийном маркетинге при b2b и b2c кампаниях.

Организационная структура при проведении кампаний. Идея, событие. Источники информации. Психологические механизмы восприятия. Оформление идеи, определение события. Руководство проектом. Ивент-менеджер, куратор, координатор, событийная группа. Планирование и реализация кампании. Подготовительный период. Кульминационный период. Постпродакшн. Обработка данных. Виды отчетов, формирование отчетов.

Кампании в рекламе как коммуникативная система. Понятие термина «коммуникативная система». Виды систем событийного маркетинга. Элементы структур.

Кампании как звено стратегии продвижения в структуре маркетинга. Особенности, характеристики составляющих. Алгоритмы работы. Тимбилдинг. Концепция, история, задачи.

Психологические аспекты формирования волновых кампаний в рекламе. Цель и задачи формирования волновых кампаний в рекламе. Периоды событийных коммуникаций. Стратегия формирования периодичности событийных мероприятий. Этапы формирования кампаний в серийности. Технологии формирования: оргтехнологии и психотехнологии. Аутсорсинг при организации волны периодического событийного маркетинга. Эффективное использование СМИ для реализации кампаний.

Вирусные кампании. Понятие. Определение, сущность. Характеристики. Структура вирусных кампаний. Стратегии. Алгоритм формирования вируса. Продвижение и корректировка вирусной кампании. Многоуровневый маркетинг. Организация сетевых рекламных кампаний в системе многоуровневого маркетинга. Принципы работы. Особенности пирамид. Партизанский маркетинг. Суть метода организации кампании. Создание и поддержание кампании альтернативной реальности. Контент маркетинг. Информационный контент при создании кампаний в рекламе. Коммуникационные инструменты. Контент-инженер. Медиавирус. Мемы и мемокомплексы. Оболочка инфосферы при разработке кампании. Виды медиавирусов. Особенности работы и организации.

Корпоративные (внутренние) кампании: основные понятия, сущность, содержание. Соотношение понятий: корпоративная идентичность (индивидуальность), корпоративный имидж, репутация, бренд, корпоративный супербренд. Внутрикорпоративные кампании фирмы как нематериальные инструменты мотивационных структур. Формирование лояльности сотрудников внутрикорпоративной айдентике. Определение, сущность понятия фирменного стиля. Организация и проведение кампаний по персонализированной вовлеченности в структуру компании.

Внешние кампании: основные понятия, сущность, содержание. Организация как система открытого типа. Внутренняя и внешняя среда организации: определение, характеристика. Понятия «общественность организации» и «целевая аудитория». Виды целевых аудиторий организации и их характеристика. Общественное мнение. Роль средств массовой информации и опинион-лидеров в формировании имиджа организации. Трейд маркетинг, как взаимодействие в структуре продвижения. Особенности организации кампании. Система продвижения. Событийный маркетинг как инструмент продвижения на конечного потребителя. Выставки, ярмарки, фестивали. Структура, особенности проведения. Организация кампаний в зависимости от масштаба проекта. Особенности территориального и ментального принципа проведения кампаний в рекламе. География и временные характеристики при организации кампаний.

Оценка эффективности и управления кампаниями в рекламе. Показатели эффективности кампаний в рекламе. Основные отличия показателей эффективности: экономический метод и эмоционально-психологический.

Формулы расчета эффективности кампаний в рекламе. Особенности ключевых показателей успеха (KPI). Качественные и количественные оценки эффективности внутрикорпоративных кампаний. Методики составления рейтинга и оценка динамики изменения лояльности сотрудников. Этапы управления корпоративным имиджем: формирование, сохранение, изменение. Особенности PR-технологий, используемых на разных этапах управления корпоративным имиджем. Особенности оценки эффективности в нестандартных кампаниях и инновационных проектах.

7. Форма отчетности – экзамен на очной и заочной формах обучения.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,
Б1.О.26 Визуальные коммуникации и видео продакшн

1. Цели освоения дисциплины в формировании у бакалавров общепрофессиональных и профессиональных компетенций, необходимых в профессиональной деятельности для осуществления процесса создания коммуникационного продукта; в использовании в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии; в получении навыков и знаний для построение драматургической структуры при создании сценарного материала для рекламных видеороликов; в изучении монтажные принципы и правила для создания качественной и визуально привлекательной съемки и монтажа видеороликов; в понимании как и создавать визуальный актуальный и современный контент, который отвечает на запросы и потребности общества; в осуществлении профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в коммерческой сфере; в понимании как создавать визуальный контент, который будет более точно и более ярко подчеркивать уникальность каждого продукта в соответствии с целями и задачами клиента; в обретении способности участвовать в реализации в коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий в политике, в коммерческой и социо-культурных сферах

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Визуальные коммуникации и видео продакшн» входит в Блок 1-обязательной части направления подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данного курса, формируются в процессе изучения таких дисциплин, как: «Теория и практика связей с общественностью», «Теория и практика рекламы», «Креативные технологии в рекламе и PR», «Основы маркетинга», «Организация работы структур по рекламе и связям с общественностью», «Исследования и анализ данных в коммуникациях».

Дисциплина реализуется в пятом семестре в очной форме обучения, в седьмом восьмом в заочной форме обучения.

Форма контроля – экзамен в очной и заочной формах обучения.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и навыки, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Кампании в связях с общественностью», «Кампании в рекламе», «Учебная практика», «Производственная практика», «ГИА».

Взаимосвязь курса с другими дисциплинами ООП способствует планомерному формированию необходимых компетенций и углубленной подготовке студентов к решению специальных практических профессиональных задач.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля): ОПК-4, ОПК-6, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6

4. В результате освоения дисциплины обучающийся:

ОПК-4 (Аудитория)

Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

Знать: основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;

Уметь: соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп;

Владеть: основными инструментами поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности;

ОПК-6 (Технологии)

Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

Знать: принципы работы современных информационных технологий и возможности их

использования для решения задач профессиональной деятельности

Уметь: использовать принципы работы современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности

Владеть: навыками использования принципов работы современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности.

ПК-2 (Осуществление профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью в коммерческой сфере)

Способность осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в социокультурной сфере

Знать: организацию рекламной деятельности и связей с общественностью в коммерческой; технологии и инструменты продвижения в коммерческой сфере;

Уметь: создавать и продвигать рекламные проекты и проекты по связям с общественностью с учетом специфики сферы; применять технологии работы с различными целевыми аудиториями;

Владеть: исследования и анализа современного рынка и тенденций его развития; технологиями продвижения товаров и услуг.

ПК-3 (Осуществление профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью в политике)

Способность осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в политике

Знать: организацию рекламной деятельности и связей с общественностью в политике; технологии и инструменты продвижения в политике;

Уметь: создавать и продвигать рекламные проекты и проекты по связям с общественностью с учетом специфики сферы; организовывать политические кампании; продвигать имидж политического лидера или организации; применять технологии работы с различными целевыми аудиториями;

Владеть: методами анализа современного политического процесса, продвижения имиджа политического лидера или организации; технологиями работы с различными целевыми аудиториями.

ПК-4 (Осуществление профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью в социокультурной сфере)

Способность осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в социокультурной сфере

Знать: организацию рекламной деятельности и связей с общественностью в социокультурной сфере; технологии и инструменты продвижения в социокультурной сфере;

Уметь: создавать и продвигать рекламные проекты и проекты по связям с общественностью с учетом специфики сферы; организовывать специальные

мероприятия по продвижению объектов/продуктов культуры; применять технологии работы с различными целевыми аудиториями;

Владеть: методами анализа современного социокультурного пространства и тенденций его развития, технологиями организации и продвижения социокультурных проектов и мероприятий.

ПК-5 (Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью)

Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями задачами.

Знать: типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; виды основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; основы планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью.

Уметь: составлять основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; понимать результаты исследований для планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью.

Владеть: реализацией типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; навыками составления документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; Навыками использования исследований для планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью.

ПК-6 (Организация процесса создания коммуникационного продукта)

Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

Знать: состав функций линейного менеджера по рекламе и связям с общественностью; основы тактического планирования мероприятий в области рекламы и связей с общественностью; основы коммуникационной стратегии; основы организации внутренних коммуникаций; основные виды мероприятий по формированию корпоративной культуры и идентичности;

Уметь: выполнять функции линейного менеджера в рамках текущей деятельности коммуникационного или рекламного отдела и (или) отдела по рекламе и связям с общественностью в учреждении социо-культурной сферы; планировать тактические мероприятия в рамках реализации коммуникационной стратегии;

Владеть: навыками организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.

5. **Общая трудоемкость дисциплины** составляет 4 зачетные единицы или 144ч.

6. Структура и содержание дисциплины

Видеоблоггинг, создание Образа для нужной целевой аудитории, структура построение текста. Актерские Техники для публичных выступлений на камеру

Классификация планов и кадров. Создание и склейки разных крупностей и разных ракурсов для гладкого и верного монтажа

Монтаж диалога при « восьмерки» (Восьмерка на 180) на двоих героев , Правила создания и съемки при « восьмерки» на 3 и более героев (Правило треугольника)

Внутрикадровый монтаж. Монтаж и съемка однокадрового фильма.

Панорама в кино, Правила соединения панорамы со статическим кадром. Драматургические правила создания панорамы. Способы ровных склеек между панорамой и статическими кадрами.

Композиция. Построение Композиции в кадре. Влияние ракурса на психологическое восприятия зрителя при построении Композиции в кадре. Основы построение драматургии в создании сценарного материала для съемок.

Работа со Временем в Кино (Настоящие, Сжатое, Растянутое)

Правила монтажа этих времён,

Эффекты, которые можно получить для влияния на зритель при каждом из них.

Саспенс в кино и в жизни. Эффективность влияния саспенс на удивление и психологическое восприятие зрителя. «Неправильный» монтаж как художественный прием. Деталь, Работа детали в кино как очень выразительного средства воздействия на зрителя

Создание целостного образа для видеоролика. Как верно выбрать первый заявляющий план, на каких кадрах его выстроить для создания соответствующего настроения. Как подчеркнуть важность нужного сообщения за счет создания точного финального кадра в ролике, почему чаще всего первый заявочный кадр и финальный должны рифмоваться между друг другом. Что такое Атмосфера или Арена для съемок, как она помогает создать верное настроение для нужного вам восприятия у зрителя.

Параллельный монтаж. Правила согласования времени и его пробросов при параллельном монтаже. Способы развития 2 и более линий сюжета в одно время действия.

Художественные приемы для более выгодного привлечения внимания зрителя. Которые можно в техническом смысле сделать просто, но удивить и эмоционально повлиять на зрителя сильно, создав более сильную интригу или более точную метафору происходящего по сути события «Отраженное действие» и «Событие на Общем плане»

Монтаж по движению, Все варианты и возможности склеек различных крепостей планов через соединение между движением камеры и актерском движением в кадре прием «отраженное действие в кадре»

Полиэкран. Как и когда он работает? Какие есть опасности от неверного использования этого эффекта при восприятии зрителя. Как обычно влияет на зрителя. Художественные возможности, которые дает полиэкран для развития драматургии в ролике.

Монтаж Кулешова. Что это такое, как и когда его изобрели. Почему и как работают его принципы. Возможности и огромный потенциал этого художественного инструмента во время съемок для любых сюжетов.

Снять и сделать упражнения «Кубики»

Что такое репортаж и интервью, как снимать ролик с участием реальных героев. Как показывать детали реального документального производства продукта или создания его идеи через эксперта. В документальные стилистики съемки в реальной документальной среде.

Клипový монтаж. Приемы и особенности восприятия клипа и его образов.

Упражнение: снять рекламный ролик используя стилистику клипов,

Документальная съемка событий в форме наблюдения. Снятие скрытой камерой героев из окружающей социальной среды. Создание монтажного видеоряда на основе этого материала

7. Форма отчетности – экзамен в очной и заочной формах обучения.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ **по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,** **Б1.О.27 Основы коммуникативной культуры**

1. Цели освоения дисциплины формирование у бакалавров универсальных и общекультурных и профессиональных компетенций, дать студентам целостное представление о коммуникативной культуре в системе «реклама и связи с общественностью». Ознакомить студентов с теоретическими основами коммуникативной культуры. Повысить уровень коммуникативной компетентности

студентов, что предполагает способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде, а также способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Основы коммуникативной культуры» входит в Блок 1-обязательной части направления подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина изучается в 1 и 2 семестрах в очной форме обучения; 2-3 семестрах в заочной форме обучения.

Форма контроля – зачет, экзамен в очной и заочной формах обучения.

Знания, полученные в результате освоения дисциплины необходимы для освоения дисциплин: «Коммуникология в рекламе и в связях с общественностью», «Психология массовых коммуникаций», «Риторика».

Взаимосвязь курса с другими дисциплинами ОПОП способствует планомерному формированию необходимых компетенций и углубленной подготовке студентов к решению специальных практических профессиональных задач.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля): УК-3, УК-4

4. В результате освоения дисциплины обучающийся:

УК-3 (Командная работа и лидерство)

Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

Знать: теорию и методологию психологии управления;

Уметь: организовать работу команды, определить стратегию ее деятельности, мотивировать команду для ее исполнения;

Владеть: психологическими методами управления;

УК- 4 (Коммуникация)

Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке

Знать: теорию социальных коммуникаций.

Уметь: осуществлять социальные и профессиональные коммуникации

Владеть: владеет навыками свободной коммуникации, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), в профессиональной сфере.

5. Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц или 180ч.

6. Структура и содержание дисциплины

Культура эффективного взаимодействия в системе рекламы и связей с общественностью

Понятие общения. Основные типы и виды общения. Общение как процесс взаимосвязи и взаимодействия людей, в котором происходит обмен информацией, опытом, умениями и навыками, а также результатами деятельности.

Общение как восприятие (перцептивная функция); общение как коммуникация (коммуникативная функция); общение как взаимодействие (интерактивная функция). Формирование впечатления и мнения.

Коммуникативная деятельность как объект исследования. Критерии оценки и основные функции информационно-коммуникативных отношений. Изучение типологических особенностей и психических черт и свойств личности. Тренинг как модель партнерских отношений.

Понятие и сущность коммуникативной компетентности

Понятие коммуникативной компетентности. Область тренинга коммуникативной компетентности. Коммуникативная способность и коммуникативное знание.

Специфика коммуникативной деятельности специалистов по связям с общественностью. Современные тренинговые системы и их роль в подготовке специалиста по связям с общественностью.

Позитивное мышление. Установление контакта, восприятие и передача коммуникативных сигналов. Понятие «психологическое пространство».

Межличностный и служебный уровни делового взаимодействия: основные характеристики, отличительные особенности.

Коммуникативные сигналы и драмы общения

Коммуникативные сигналы: вербальные, невербальные, паралингвистические. Характеристика коммуникаций.

Коммуникативные драмы: драма слушания, драма понимания, драма действия, драма самовыражения, драма эмоциональности. Коммуникативные умения как инструменты преодоления коммуникативных драм. Умение услышать другого человека; умение понять другого человека; умение выражать свои мысли и чувства; умение действовать соответственно своему пониманию; умение регулировать эмоциональное напряжение во взаимодействии с другим человеком.

Психологические сигналы при вступлении в контакт. Коммуникативные техники. Структура, характеристики составляющих

Коммуникативные техники. Техники активного видения. Концепции активного слушания как условие успешного решения коммуникативных задач.

Структура и классификация техник активного слушания. Кинесика как научно-прикладная дисциплина, изучающая движения человека в процессе общения. Невербальное поведение и его значение. Жесты, мимика, пантомимика как признаки эмоциональных состояний. Технология блокировки «негативных кинетик». Технология презентации «нужных кинетик».

Вербальные коммуникации. Риторика как теория и практика красноречия во всех областях речевой деятельности. Особенности вербального общения. Принципы речевого воздействия. Нормы речевого общения. Речевые этикетные формы: обращение, приветствие, комплимент, прощание. Публичные выступления. Цели и задачи. Этапы подготовки публичного выступления. Самопрезентация. Обратная личностная связь.

Коммуникативные техники постановки вопросов: открытых, закрытых, альтернативных. Роль и значение открытых вопросов в коммуникации.

Техники малого разговора. Социально-психологический тренинг как форма развития компетентности в общении. Базовые и методические средства социально-психологического тренинга. Тренинг как способ перепрограммирования поведения и деятельности человека.

Экспертные зоны партнера по общению: личная и профессиональная.

Техники малого разговора: цитирование партнера, позитивные констатации, информирование, интересный рассказ.

Типичные ошибки малого разговора. Техники вербализации. Понятие вербализации. Закон Джеймса – Ланге. Техники вербализации: повторение (дословное воспроизведение, цитирование сказанного партнером); перефразирование (краткая передача сути высказывания партнера); интерпретация (высказывание предположения об истинном значении сказанного или о причинах и целях высказывания партнера).

Типичные ошибки вербализации и способы их преодоления.

Техники регуляции эмоционального напряжения

Техники регуляции эмоционального напряжения: подчеркивание общности с партнером; подчеркивание значимости партнера; вербализация эмоционального состояния своего, партнера. Проявление интереса к проблемам партнера. Предоставление партнеру возможности выговориться.

Требования к техникам регуляции эмоционального напряжения.

Психология взаимодействия людей в процессе общения

Взаимоотношения между людьми и самосознание в процессе развития психических явлений. Психические процессы, свойства и состояния. Межличностная и межгрупповая чувствительность как психологические феномены. Разнообразие тренинговых форм, направленных на повышение коммуникативной компетентности.

Творческая конструктивная позиция специалиста в сфере связей с общественностью. Виды мышления. Органическое единство логического и творческого мышления. Диалектика их взаимодействия.

Понятие «командообразование». Процесс командообразования: цели, принципы, характеристика этапов. Общегрупповое взаимодействие.

Метафорические вербализации. Формулы вербализации чувств. Значение метафорической вербализации в регуляции эмоционального напряжения (своего, партнера). Типичные ошибки в регуляции

7. Форма отчетности – зачет, экзамен в очной и заочной формах обучения.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», Б1.О.28 Юридические и этические нормы профессиональной деятельности

1. Цели освоения дисциплины заключается в формировании у бакалавров универсальных и общепрофессиональных компетенций, необходимых для учета тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира исходя из политических и экономических особенностей, правовых и этических норм регулирования, применения основных технологий маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта в процессе удовлетворения потребностей общества и аудитории, получении навыков определения эффекта и последствий своей профессиональной деятельности, принятия экономических решений в областях жизнедеятельности, следуя принципам социальной ответственности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Этические нормы профессиональной деятельности» входит в Блок 1- обязательной части направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» изучается в седьмом семестре в очной форме обучения; в девятом десятом семестрах в заочной форме обучения.

Форма контроля – экзамен в очной и заочной формах обучения.

Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данного курса, формируются в процессе изучения таких дисциплин, как: «Коммуникология в рекламе и в связях с общественностью»

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и навыки, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Производственная (преддипломная) практика», «ГИА».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля): УК-9, ОПК-5; ОПК-7

4. В результате освоения дисциплины обучающийся:

УК-9 (Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность)

Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

Знать: основные документы, регламентирующие финансовую грамотность в профессиональной деятельности; источники финансирования профессиональной деятельности; принципы планирования экономической деятельности; критерии оценки затрат и обоснованности экономических решений

Уметь: обосновывать принятие экономических решений в различных областях жизнедеятельности на основе учета факторов эффективности; планировать деятельность с учетом экономически оправданных затрат, направленных на достижение результата.

Владеть: методикой анализа, расчета и оценки экономической целесообразности проекта, его финансирования из внебюджетных и бюджетных источников.

ОПК-5 (Медиакоммуникационная система)

Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

Знать: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;

Уметь: осуществлять свои профессиональные действия с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы;

Владеть: профессиональными навыками в сфере медиакоммуникаций с учетом правовых и этических норм регулирования профессиональной деятельности;

ОПК-7 (Эффекты)

Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

Знать: цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.

Уметь: осуществлять отбор информации, профессиональных средств в соответствии с принципами социальной ответственности.

Владеть: профессиональными приемами рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом.

5. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы или 144 ч.

6. Структура и содержание дисциплины

Введение в предмет. Основы становления этики профессиональной деятельности

Понятие и сущность интегрированных маркетинговых коммуникаций. Маркетинговое обращение: исключение противоречий между всеми видами обращений, их совместимость. Стратегия единого голоса. Особенности практики применения интегрированных маркетинговых коммуникаций. Модель и программа интегрированных маркетинговых коммуникаций. Интегрированное использование инструментов маркетинговых коммуникаций

Этапы исторического развития нравственности и этики как науки.

Дефиниция термина «реклама», ее отличие от «паблик рилейшнз». Реклама как канал маркетинговой коммуникации. Реклама как механизм общественных связей и отношений. Рекламные технологии в информационном бизнесе. Анализ основных участников рекламного процесса. Психологические проблемы рекламных коммуникаций. Роль и значение рекламы в комплексе интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Мораль как социальный институт Моральные проблемы современного общества

Определение терминов «бренд», «торговый знак», «торговая марка», «брендинг». Отличительные признаки бренда. Бренд- пирамида. Таблица восприятия бренда. Особенности формирования бренда компании. Коммуникационная стратегия управления брендом. Архитектура бренда. Формирование структуры портфеля брендов компании. Бренд как средство коммуникации между продавцом и покупателем. Интегрированный брендинг.

Профессионально-этические принципы в области рекламы и СО

Понятие «директ-маркетинг». Анализ его отдельных видов: прямая почтовая рассылка, торговля по каталогам, телефонный маркетинг, телемагазин, on-line продажи. Особенности директ-маркетинга как канала коммуникации в интегрированных

маркетинговых коммуникациях. Личная продажа как форма прямого маркетинга. Анализ этапов процесса эффективной личной продажи. Телефонные переговоры, личные переговоры, презентация. Перспективы развития и ограничения в применении директ-маркетинга как элемента комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций в России.

Международный кодекс рекламной деятельности

Интернет как элемент комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций. Основные виды рекламы в Интернет. Специфика выбора каналов коммуникации в Интернете. Развитие электронной коммерции в США, странах Западной Европы и в России. Оценка эффективности коммуникаций в Интернет.

Кодекс профессиональных стандартов PRSA

Определение терминов «стратегия», «стратегическое планирование». Анализ различных типов стратегий. Цель и задачи стратегического планирования маркетинговых коммуникаций рекламного агентства. Основные этапы стратегического планирования маркетинговых коммуникаций рекламного агентства. Значение стратегического планирования маркетинговых коммуникаций рекламного агентства.

7. Форма отчетности – экзамен в очной и заочной формах обучения.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,
Б1.О.29 Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью

1. Цели освоения дисциплины в формировании у бакалавров общепрофессиональных компетенций, необходимых для создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов/ медиапродуктов/коммуникационных продуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем, умения отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности; использования в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии; введения студентов в мир текстовой рекламы; навыков составления рекламных текстов, ярких заголовков, информационных писем, пресс-релизов, листовок и т.д.; работы с текстами в рекламе и связях с общественностью, жанрами; распознавания и использования на практике различных видов текстовой рекламы; анализа рекламных текстов и способов его составления.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью» входит в Блок 1 обязательных дисциплин направления подготовки «Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины основано на получении знаний по дисциплинам: «Теория и практика рекламы», «Теория и практика связей с общественностью», «Информационные технологии в медиа индустрии», «Русский язык (практикум по орфографии и пунктуации)».

Изучение дисциплины реализуется в третьем семестре в очной и заочной формах обучения.

Форма контроля – экзамен в очной и заочной формах обучения.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и навыки, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Интегрированные коммуникации», «Организация работы структур по связям с общественностью», «Организация работы структур в рекламе», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Кампании в связях с общественностью», «Кампании в рекламе», «Учебная практика», «Производственная практика».

Взаимосвязь курса с другими дисциплинами ООП способствует планомерному формированию необходимых компетенций и углубленной подготовке студентов к решению специальных практических профессиональных задач.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля): ОПК-1, ОПК-4, ОПК-6

4. В результате освоения дисциплины обучающийся:

ОПК-1 (Продукт профессиональной деятельности)

Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты/медиапродукты/коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского языка, особенностями иных знаковых систем

Знать: отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.

Уметь: создавать медиатексты и медиапродукты, востребованные сферой рекламы и связей с общественностью.

Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

ОПК-4 (Аудитория)

Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

Знать: основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

Уметь: соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп

Владеть: основными инструментами поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности.

ОПК-6 (Технологии)

Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

Знать: принципы работы современных информационных технологий и возможности их

использования для решения задач профессиональной деятельности

Уметь: использовать принципы работы современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности

Владеть: навыками использования принципов работы современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности.

5. Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачётных единиц или 216 ч.

6. Структура и содержание дисциплины

Введение в курс. Определение копирайтинга. Краткая история копирайтинга. Основные моменты, исторически определившие развитие копирайтинга. Специфика и особенности современного копирайтинга. Типы копирайтинга, их цели и задачи. копирайтинг как коммуникация. Коммуникативные модели. Краткое описание специфики копирайтинга в рекламе и связях с общественностью. Введение в типологию текстов копирайтера в рекламе и связях с общественностью. Признаки и критерии рекламного и PR- текстов. Модель AIDA (AIMDA).

Копирайтинг как часть креативной стратегии в системе коммуникационного менеджмента. Исходные данные в работе копирайтера. Аудитория рекламного текста. Сегментирование аудитории. Предмет рекламы. Потребительские свойства продукта. Выбор медианосителя. Жизненный цикл продукта и реклама. Методы исследования входящей информации. Жизненный цикл продукта.

Знак. Язык. Текст.

Определения знака, знаковой системы, текста с позиции семиотики. Действие знака в тексте. Смысловые единицы. Семантизация продукта. Семиологические особенности рекламного и PR-текстов. Знаковые системы и аудитория. Виды текста: креолизованный, вербальный, невербальный. Взаимосвязь вербального и невербального текстов в копирайтинге. Аудитория как соавтор.

Типология рекламных текстов и замысел

Типология рекламных текстов в зависимости от площадки (медиапланирование), формы изложения, способов воздействия, целей и задач. Возможное жанровое и стилистическое определение направленности текста. Разработка идеи рекламного текста с учетом фактических данных и психологических особенностей аудитории. Ошибки при разработке идеи. Изложение в тексте: прямое изложение, повествование, интрига, монолог и диалог.

Структура рекламного текста: заголовок, основной текст, кода. Что предлагает хороший рекламный текст. Психологические особенности восприятия заголовка, основного текста, коды, иконического изображения. Длина текста. Особенности и неотъемлемые составляющие коды. Последовательность в тексте копирайтера.

Аргументация и подача информации в тексте копирайтера

Аргументация в тексте копирайтера. Психологические особенности восприятия и внимания аудитории. Структура и последовательность аргументации в тексте. Основные законы логики, которым должен следовать текст. Сознательное нарушение логики и манипулирующие фразы. Интерес и доверие к тексту копирайтера.

Языковые особенности в рекламном и PR-текстах

Литературная обработка текста. Использование тропов. Лексика в тексте копирайтера, особенности использования специализированной лексики. Синонимы и антонимы в тексте копирайтера. Абстракции и конкретика в копирайтинге. Заимствования, термины и профессионализмы: ситуации использования. Просторечия, диалектизмы и жаргонизмы. Штампы и канцелярит в тексте копирайтера. Использование и обработка сокращений и аббревиатур. Предложение в копирайтинге: существительные и глаголы. Описания: наречия и прилагательные. Типы и длина предложений. Художественные средства арсенала копирайтера. Рифма в рекламном тексте.

Невербальная часть рекламного и PR-текстов и оформление

Учет приемов систематизации визуального пространства. Правильное использование знаков и символов. Правила оформления первичных PR-текстов. Композиция рекламного обращения. Плакаты как рекламное обращение. Расположение, форма и цвет невербальных и вербальных элементов текста. Особенности визуального материала в тексте копирайтера: иллюстрации, фото, схемы и т.д. Кинесические особенности героев визуального материала. Психологические особенности восприятия аудиторий рекламного и PR-текста с точки зрения визуальной составляющей и сохранения внимания.

Жанровая система текстов в связях с общественностью

Типы PR-текстов: особенности, ситуации использования. Жанровая система PR-текстов для СМИ (пресс-релиз; приглашение, подборка фактов, информационный сборник, пресс-дайджест, бэкграундер, биография, заявление, коммюнике, меморандум, медиа-кит). Содержание, структура, оформление. Пресс-релиз для разных типов СМИ. Готовые PR-тексты для СМИ. Тексты для спикеров.

Специфика SEO-копирайтинга

Запросы, ключевые слова, пассажи ключевых слов. Методы анализа в SEO-копирайтинге (метрики, статистика). Написание и оформление лендинга, мэйлеров. Оценка качества SEO-текста.

Этические аспекты и правовое регулирование профессии копирайтер

Законодательные основы работы копирайтера (российские и международные). Этика в работе копирайтера. Конкуренты в рекламе. Какие темы и продукты нельзя освещать в российской рекламе. Примеры нарушения законов и этики копирайтером.

7. **Форма отчетности** – экзамен в очной и заочной формах обучения.

ЧАСТЬ, ФОРМИРУЕМАЯ УЧАСТНИКАМИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», Б1.В.03 Организация коммуникаций в социальных сетях

1. Цели освоения дисциплины: формирование у бакалавров профессиональных компетенций, необходимых для работы студентов в социальных сетях.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Организация коммуникаций в социальных сетях» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, направления «Реклама и связи с общественностью».

Изучение дисциплины основано на знаниях таких дисциплин как «Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Компьютерная графика и Web-дизайн».

Дисциплина реализуется в седьмом семестре в очной форме обучения. Восьмом девятом семестрах в заочной форме обучения.

Форма контроля – экзамен в очной и заочной формах обучения.

Освоение дисциплины необходимо для изучения следующих дисциплин: «Организация коммуникаций в социальных сетях», «Медиапланирование», «Бренд-менеджмент».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля): ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК- 4, ПК-5, ПК - 6

4. В результате освоения дисциплины обучающийся:

ПК-1 (Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий)

Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и оффлайн коммуникаций

Знать: технологии медиарилейшнз (отношения со СМИ); технологии копирайтинга; технологии организации специальных мероприятий; основные инструменты внутренних коммуникаций; основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов

Уметь: использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования; использовать технологии копирайтинга; использовать основные технологии формирования корпоративной культуры

Владеть: технологиями медиапланирования; технологиями организации специальных мероприятий; Современными техническими средствами и основными технологиями цифровых коммуникаций.

ПК-2 (Осуществление профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью в коммерческой сфере)

Способность осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в социокультурной сфере

Знать: организацию рекламной деятельности и связей с общественностью в коммерческой; технологии и инструменты продвижения в коммерческой сфере;

Уметь: создавать и продвигать рекламные проекты и проекты по связям с общественностью с учетом специфики сферы; применять технологии работы с различными целевыми аудиториями;

Владеть: исследования и анализа современного рынка и тенденций его развития; технологиями продвижения товаров и услуг.

ПК-3 (Осуществление профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью в политике)

Способность осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в политике

Знать: организацию рекламной деятельности и связей с общественностью в политике; технологии и инструменты продвижения в политике;

Уметь: создавать и продвигать рекламные проекты и проекты по связям с общественностью с учетом специфики сферы; организовывать политические кампании; продвигать имидж политического лидера или организации; применять технологии работы с различными целевыми аудиториями;

Владеть: методами анализа современного политического процесса, продвижения имиджа политического лидера или организации; технологиями работы с различными целевыми аудиториям.

ПК-4 (Осуществление профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью в социокультурной сфере)

Способность осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в социокультурной сфере

Знать: организацию рекламной деятельности и связей с общественностью в социокультурной сфере; технологии и инструменты продвижения в социокультурной сфере;

Уметь: создавать и продвигать рекламные проекты и проекты по связям с общественностью с учетом специфики сферы; организовывать специальные мероприятия по продвижению объектов/продуктов культуры; применять технологии работы с различными целевыми аудиториями;

Владеть: методами анализа современного социокультурного пространства и тенденций его развития, технологиями организации и продвижения социокультурных проектов и мероприятий.

ПК-5 (Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью)

Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями задачами.

Знать: типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; виды основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; основы планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью.

Уметь: составлять основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; понимать результаты исследований для планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью.

Владеть: реализацией типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; навыками составления документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; Навыками использования исследований для планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью.

ПК-6 (Организация процесса создания коммуникационного продукта)

Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

Знать: состав функций линейного менеджера по рекламе и связям с общественностью; основы тактического планирования мероприятий в области рекламы и связей с общественностью; основы коммуникационной стратегии; основы организации внутренних коммуникаций; основные виды мероприятий по формированию корпоративной культуры и идентичности;

Уметь: выполнять функции линейного менеджера в рамках текущей деятельности коммуникационного или рекламного отдела и (или) отдела по рекламе и связям с общественностью в учреждении социо-культурной сферы; планировать тактические мероприятия в рамках реализации коммуникационной стратегии;

Владеть: навыками организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.

5.Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы или 144 ч.

6. Структура и содержание дисциплины

Понятие социальных сетей. Характеристики и виды социальных сетей. Стратегическое планирование в социальных сетях. Разработка контент-плана в социальных сетях. Написание статей и постов для социальных сетей. Оценка эффективности работы в социальных сетях.

7.Форма контроля – экзамен в очной и заочной формах обучения.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», Б1.В.04 Медиапланирование

1. Цели освоения дисциплины: формирование у бакалавров профессиональных компетенций, необходимых для использования медиапланирования, как эффективного инструмента маркетинговой и политической деятельности в рамках коммерческих организаций и средств массовой информации, а также обучение базовым принципам планирования и оценки рекламных кампаний.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Медиапланирование» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, направления подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина реализуется в пятом семестре в очной и заочной форме обучения.

Форма контроля – экзамен в очной и заочной форме обучения.

Изучение дисциплины базируется на знаниях, умениях и компетенциях студентов, полученных при освоении дисциплин «Интегрированные коммуникации», «Теория и практика рекламы». Освоение дисциплины необходимо для изучения следующих дисциплин: «Производственная практика», «ГИА».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля): ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6

4. В результате освоения дисциплины обучающийся:

ПК-2 (Осуществление профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью в коммерческой сфере)

Способность осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в социокультурной сфере

Знать: организацию рекламной деятельности и связей с общественностью в коммерческой; технологии и инструменты продвижения в коммерческой сфере;

Уметь: создавать и продвигать рекламные проекты и проекты по связям с общественностью с учетом специфики сферы; применять технологии работы с различными целевыми аудиториями;

Владеть: исследования и анализа современного рынка и тенденций его развития; технологиями продвижения товаров и услуг.

ПК-3 (Осуществление профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью в политике)

Способность осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в политике

Знать: организацию рекламной деятельности и связей с общественностью в политике; технологии и инструменты продвижения в политике;

Уметь: создавать и продвигать рекламные проекты и проекты по связям с общественностью с учетом специфики сферы; организовывать политические кампании; продвигать имидж политического лидера или организации; применять технологии работы с различными целевыми аудиториями;

Владеть: методами анализа современного политического процесса, продвижения имиджа политического лидера или организации; технологиями работы с различными целевыми аудиториям.

ПК-4 (Осуществление профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью в социокультурной сфере)

Способность осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в социокультурной сфере

Знать: организацию рекламной деятельности и связей с общественностью в социокультурной сфере; технологии и инструменты продвижения в социокультурной сфере;

Уметь: создавать и продвигать рекламные проекты и проекты по связям с общественностью с учетом специфики сферы; организовывать специальные мероприятия по продвижению объектов/продуктов культуры; применять технологии работы с различными целевыми аудиториями;

Владеть: методами анализа современного социокультурного пространства и тенденций его развития, технологиями организации и продвижения социокультурных проектов и мероприятий.

ПК-5 (Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью)

Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями задачами.

Знать: типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; виды основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; основы планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью.

Уметь: составлять основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; понимать результаты исследований для планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью.

Владеть: реализацией типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; навыками составления документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; Навыками использования исследований для планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью.

ПК-6 (Организация процесса создания коммуникационного продукта)

Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

Знать: состав функций линейного менеджера по рекламе и связям с общественностью; основы тактического планирования мероприятий в области рекламы и связей с общественностью; основы коммуникационной стратегии; основы организации внутренних коммуникаций; основные виды мероприятий по формированию корпоративной культуры и идентичности;

Уметь: выполнять функции линейного менеджера в рамках текущей деятельности коммуникационного или рекламного отдела и (или) отдела по рекламе и связям с общественностью в учреждении социо-культурной сферы; планировать тактические мероприятия в рамках реализации коммуникационной стратегии;

Владеть: навыками организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.

5. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы или 144 ч.

6. Структура и содержание дисциплины

ПОНЯТИЕ МЕДИАПЛАНИРОВАНИЯ. ЕГО ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ. ЦЕЛЕВАЯ ГРУППА В МЕДИАПЛАНИРОВАНИИ

Понятие медиапланирования. его связь с коммуникативной стратегией компании, миссией, видением, ценностями. Цели и задачи медиапланирования. Основные этапы процесса медиапланирования. Понятие и основные виды медиастратегий Понятие целевой группы и сегментирования, критерии выделения целевых групп, исследование стиля жизни (TGI) в России и пример кампании, основанной на информации TGI, параметры описания целевых групп, приблизительное определение целевой группы при отсутствии соответствующей информации. Особенности медиапланирования: поведение аудитории в течение дня, сезонные характеристики аудитории, охват аудитории в рабочее время, совместное использование нескольких медиа, реклама для высокодоходной группы, планирование для мелких и региональных рекламодателей, зависимость рекламных средств от типа рынков, особенности рекламы некоторых видов товаров, реклама товаров для детей, подростков и молодежи.

Основные параметры медиапланирования. Основные показатели, используемые в медиапланировании: PUT, HUT, PUR, рейтинг – основной эфирный термин. Понятие о среднем рейтинге. Механизм подсчета рейтинга. Доля (Share). Взаимосвязь понятий Rating/HUT/Share. Медиавес рекламной кампании и его измерение: GRP, TRP, TVR, Impressions, охват, частота. Механизм подсчета GRP. Механизм подсчета охвата и частоты. Применение показателей охват/частота. Эффективная частота воздействия. Методы подсчета. Стоимостные показатели – CPM, CPP. Особенности расчета. Применение AffinityIndex в медиапланировании. Основные термины, используемые в наружной рекламе: SiteGrossAudience (Quantity), SiteScore (Quality), рейтинг стороны. Специфические показатели, используемые для конкретных носителей: AIR (AverageIssueReadership) в прессе; AQH (AverageQuarterofanHour), TSL (TimeSpentListening) на радио; рейтинг стороны (SiteRating INDEX) на наружных носителях; CTR (click-throughrate – показатель кликабельности), CTRU- (Click-ThroughRatio/ Unique) в Интернете.

Измерение аудитории СМИ. Понятие медиамикса, измерения аудитории, необходимость измерения аудитории, методы исследования аудитории радио и телевидения, их преимущества и недостатки: people-meters, дневники, метод day-after-recall, система опросов CATI, стандартный опрос мнений; панельные исследования, контроль в панельных исследованиях, выборка, репрезентативность и ошибки, продолжительность измерений; исследовательские организации, методы исследования аудитории прессы и наружной рекламы.

Подготовка и составление медиаплана. Информационно-коммуникативный аудит. Анализ медиарынка, мониторинг эфира, анализ конкурентной среды, SWOT-анализ, определение рекламного бюджета, определение уровня рекламной активности, основные документы медиапланирования, составление медиаплана и графика рекламной кампании, критерии оптимизации медиаплана, программное обеспечение медиапланирования, годовой план рекламной активности. Медиабаинг и медиаселлинг как циклы реализации медиаплана.

Отношения с представителями СМИ специалистов по рекламе и PR

ОСНОВНЫЕ МОДЕЛИ РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМЫ И PR_МАТЕРИАЛОВ В РАЗНЫХ КАНАЛАХ, СХЕМА ОТНОШЕНИЙ МЕЖДУ ОТДЕЛОМ РАЗМЕЩЕНИЯ И КАНАЛАМИ, КРУПНЕЙШИЕ ИГРОКИ СЕГМЕНТА.

Эффективность медиаплана. Понятие эффективности медиаплана и его реализации, мониторинг рекламных и PR-размещений, и его роль в отчетности, понятие и составные части post-buy анализа, post-buy как документ.

7. Форма отчетности – экзамен в очной и заочной форме обучения.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,
Б1.В.05 Стилистика и литературное редактирование**

1. Цели освоения дисциплины: формирование у бакалавров универсальных компетенций, необходимых для формирования коммуникативной компетентности студентов, обеспечения и углубления знаний о литературном языке, его стилях и средствах, обеспечения высокого уровня владения современным русским литературным языком, его богатыми стилистическими ресурсами; приобретение студентами устойчивых навыков, необходимых будущим специалистам для успешной коммуникации в различных сферах; формирование коммуникативной компетенции, что предполагает умение оптимально использовать средства языка при устном и письменном общении в научной, официально-деловой, юридически-правовой, политической, коммерческой, социально-государственной и бытовой сферах.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Стилистика и литературное редактирование» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, направления подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Знание дисциплины основано на полученных знаниях дисциплины: «Русский язык (практикум по орфографии и пунктуации)».

Дисциплина реализуется в седьмом семестре в очной и заочной форме обучения.

Форма контроля – экзамен в очной и заочной форме обучения.

Знания, полученные в результате освоения дисциплины необходимы для освоения дисциплин: «Производственная практика», «ГИА».

Взаимосвязь курса с другими дисциплинами ОПОП способствует планомерному формированию необходимых компетенций и углубленной подготовке студентов к решению специальных практических профессиональных задач.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля): УК-4

4. В результате освоения дисциплины обучающийся:

УК-4 (Коммуникация)

Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языке(ах)

Знать: теорию социальных коммуникаций, особенностей их осуществления на иностранном(ых) языке(ах).

Уметь: осуществлять социальные и профессиональные коммуникации, в том числе на иностранном(ых) языке(ах)

Владеть: навыками свободной коммуникации, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), в профессиональной сфере

5.Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы или 144 ч.

6. Структура и содержание дисциплины

Стилистика как раздел языкознания. Система функциональных стилей современного русского языка. Лексико-морфологические, синтаксические, словообразовательные и изобразительно-выразительные особенности официально-делового, научного, публицистического, разговорного стилей и стиля художественной литературы. Разновидности функциональных стилей. Способы выражения авторского начала. Взаимопроникновение функциональных стилей. Практическая стилистика русского языка и вопросы культуры речи. Лексическая стилистика. Морфологическая стилистика. Синтаксическая стилистика. Стилистическая норма. Синонимия и вариантность как основные проблемы практической стилистики. Стилистика информационных и публицистических жанров прессы. Образная система различных жанров. Стилистика отдельного средства массовой информации в зависимости от его типа. Литературное редактирование как одна из составляющих профессии журналиста. Психологические и логические основы редактирования. Особенности редакторской работы в условиях различных каналов массовой коммуникации (в газете, на радио, на телевидении, в информационном агентстве). Система рациональных приемов работы над журналистским текстом. Литературное редактирование в условиях развития новых информационных технологий. Текст литературного произведения и его основные характеристики как предмет работы редактора. Виды текста как композиционно-речевые категории. Функционально-смысловые типы речи: повествование, описание, рассуждение; их речевые особенности. Методика редактирования отдельных функциональных разновидностей текстов. Виды правки. Работа над языком и стилем авторского материала. Принципы работы над фактическим материалом. Приемы проверки и обработки различных типов фактического материала (элементов номинации, фактов истории, цифр, цитат и т.п.). Этика редакторской работы.

7.Форма отчетности – экзамен в очной и заочной форме обучения.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», Б1.В.06 Риторика

1. Цели освоения дисциплины: формирование у бакалавров универсальных компетенций, необходимых для осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке формировать мировоззрение, получения знания и выражения своей жизненной позиции в слове, создать у них целостное, основанное на современных научных концепциях представление о замысле, структуре и произнесении речи, развития способностей к публичной коммуникации, к эффективной самостоятельной работе, готовности к сотрудничеству, толерантности и способности эффективно работать в команде, готовности к постоянному развитию и способности к критическому анализу, оценке и синтезу новых идей.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Риторика» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, направления подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Изучается в седьмом семестре в очной форме обучения, седьмом, восьмом семестре в заочной форме обучения.

Форма контроля – зачет в очной и заочной формах обучения.

Для изучения дисциплины необходимо освоение таких дисциплин как: «Русский язык (практикум по орфографии и пунктуации)», «Основы коммуникативной культуры»..

Освоение дисциплины необходимо для изучения следующих дисциплин: «Производственная практика», «ГИА».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля): УК-4

4. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

УК-4 (Коммуникация)

Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языке(ах)

Знать: теорию социальных коммуникаций, особенностей их осуществления на иностранном(ых) языке(ах).

Уметь: осуществлять социальные и профессиональные коммуникации, в том числе на иностранном(ых) языке(ах)

Владеть: навыками свободной коммуникации, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), в профессиональной сфере

5. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы или 108 ч.

6. Структура и содержание дисциплины

Риторика и современность. Значение и роль риторики в современной жизни. Основные классические и современные дефиниции: риторика, ораторское искусство, красноречие, культура речи. Их взаимосвязь и различия. Культура речевой деятельности. Неориторика как теория и мастерство эффективной речи. Цель и предмет современной риторики. Разделы науки и связь с другими дисциплинами. Становление риторики: исторический экскурс – от античности к отечественной риторической культуре. Понятие риторический идеал и его историческая изменчивость. Риторический идеал Древнего Мира: софистика – риторика Древней Эллады – риторические идеи Древней Рима. Истории и особенности развития русского красноречия: риторический идеал Древней Руси – российское риторическое знание XII-XVIII веков – расцвет русской риторической мысли в XIX веке. Европейская риторическая традиция и своеобразие русской логосферы. Русский риторический идеал и перспективы его возрождения. Основы ораторского мастерства. Многоаспектность понятия речь. Речь как процесс и как продукт речевой деятельности. Внутренняя и внешняя речь. Продуктивные и непродуктивные виды речевой деятельности. Классификация речей по типу текста и цели высказывания, форме и жанру. Социально-функциональная дифференциация речей, их взаимосвязь с частными риториками. Законы и принципы современного ораторского искусства: гармонизирующий диалог, ориентация слушателя в пространстве речи, удовольствие, эмоциональность речи. Выразительность звучащей речи как важнейший аспект воздействия. Понятие коммуникативное сотрудничество. Стратегии и тактики речевого поведения; показатели дистанцирования – сближения. Риторические требования к личности и речевому поведению оратора. Риторические правила для слушающего. Элокуция. Культура вербальной ораторской речи. Стилистические особенности публичного выступления. Лексические и синтаксические средства изобразительности: тропы и фигуры. Понятие риторического тропа как экспрессивно-лексического средства воздействия на адресата. Классификация тропов. Понятие

риторической (стилистической) фигуры и ее роль в экспрессивно- синтаксической организации текста. Классификация риторических фигур. Подготовка и реализация выступления (Оратория): этос-пафос-логос. Цель выступления. Сбор материала. Общие принципы выбора и расположения материала: коммуникативная целесообразность, содержательное единство, смысловая завершенность, квантирование речи. Источники изобретения мысли. Универсальные правила инвенции и диспозиции: риторические каноны. Структура публичной речи. Критерии оценки устного выступления. Речь-описание. Особенности описания как типа текста. Общие принципы отбора и расположения материала – топосы, правила описания. Форма и композиция речи-описания. Использование тропов и фигур. Критерии оценки речи-описания. Эпидейктическая речь. Цели, задачи и предмет эпидейктической речи. Общие принципы и правила построения речи-похвалы (хулы). Своеобразие формы и композиции торжественной речи. Критерии оценки эпидейктического выступления. Общие места в речи-описании и эпидейктической речи. Повествование как тип текста. Структурное разнообразие повествования. Общие требования к преподнесению рассказа. Критерии оценки устного рассказа. Информационная речь. Тема-цель-тезис; общие принципы выбора темы и материала с учетом интересов и особенностей аудитории. Композиционные особенности и языковое оформление устного информационного выступления. Общие места в речи-повествовании и информационной речи. Речь-рассуждение. Понятие хрии. Разновидности хрий как способа доказательства или опровержения мысли. Структура строгой хрии. Аргументирующая речь. Общие места: тема – тезис – аргументация-доказательство. Универсальные правила и приемы эффективной аргументации. Критерии оценки аргументирующей речи.

7. Форма отчетности – зачет в очной и заочной формах обучения.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,
Б1.В.08 Физическая культура и спорт (элективные курсы)

1. Цели освоения дисциплины: формирование у бакалавров универсальных компетенций, необходимых для овладения физической культуры, как неотъемлемой части профессионально-личностного развития специалиста с учетом требований профессиональной и общественной деятельности, потребностей поддержания высокого уровня физической и умственной работоспособности и самоорганизации здорового образа жизни; укрепление физического, психического здоровья обучающихся средствами физической культуры, повышение уровня физической подготовленности обучающихся для успешной учебы, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности; создание условий для полной реализации обучающимися своих творческих способностей в успешном освоении профессиональных знаний, умений и навыков, нравственного, эстетического и духовного развития обучающихся в ходе учебного процесса, организованного на основе современных общенаучных и специальных технологий в области теории, методики и практики физической культуры и спорта.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО: Дисциплина является дисциплиной по выбору.

Дисциплина реализуется во втором, третьем и четвертом семестрах в очной и заочной формах обучения. Изучение дисциплины основано на изучении «Физической культуры и спорта».

Форма контроля – зачет в очной и заочной формах обучения.

Освоение дисциплины необходимо для физического и социального самосовершенствования личности обучающегося.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля): УК-7

4. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

УК-7 (Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровье сбережение))

Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

Знать: научно-практические основы физической культуры и здорового образа жизни, методы сохранения и укрепления физического здоровья и умения использовать их для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

Уметь: использовать творчески средства и методы физического воспитания для профессионального и личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни, уметь самостоятельно проводить тренировочные занятия по физической культуре.

Владеть: навыками и методами сохранения и укрепления личного здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности, для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности, личным опытом использования физкультурно-спортивной деятельности для повышения своих функциональных и двигательных возможностей для достижения личных жизненных и профессиональных целей.

5. Общая трудоемкость дисциплины составляет 328 ч.

6. Структура и содержание дисциплины

Общеоздоровительная физическая культура с элементами ОФП:

Общая физическая подготовка (совершенствование двигательных действий, воспитание физических качеств). Средства и методы ОФП: строевые упражнения, общеразвивающие упражнения без предметов, с предметами. Упражнения для воспитания силы: упражнения с отягощением, соответствующим собственному весу, весу партнера и его противодействию, с сопротивлением упругих предметов (эспандеры и резиновые амортизаторы), с отягощением (гантели, набивные мячи). Упражнения для воспитания выносливости: упражнения или элементы с постепенным увеличением времени их выполнения. Упражнения для воспитания гибкости. Методы развития гибкости: активные (простые, пружинящие, маховые), пассивные (с самозахватами или с помощью партнера). Упражнения для воспитания ловкости. Методы воспитания ловкости. Использование подвижных игр, гимнастических упражнений. Упражнения для воспитания быстроты. Совершенствование двигательных реакций повторным реагированием на различные (зрительные, звуковые, тактильные) сигналы.

Методика оценки уровня функционального и физического состояния организма. Использование методов, стандартов, антропометрических индексов, номограмм функциональных проб, упражнений-тестов для оценки функционального состояния, физической подготовленности и физического развития организма с учетом данных врачебного контроля, и самоконтроля.

Элементы различных видов спорта.

Легкая атлетика. Значение бега в укреплении здоровья и повышении степени физической подготовленности. Показания и противопоказания к выполнению беговых упражнений. Ходьба и ее разновидности, сочетание ходьбы с упражнениями на дыхание, расслабление, с изменением времени прохождения дистанции. Бег и его разновидности. Методические особенности обучения бегу.

Спортивные игры. Обучение элементам техники спортивных игр: баскетбола, волейбола, футбола. Общие и специальные упражнения игрока. Основные приемы овладения и управления мячом, упражнения в парах, тройках.

Лыжная подготовка. Обучение основ техники передвижений: Способы лыжных ходов (Попеременный двухшажный ход. Одновременный бесшажный ход.

Одновременный одношажный ход. Одновременный двушажный ход.); Подъемы на лыжах (Подъем попеременным ходом. Подъем «лесенкой». Подъем «полуелочкой». Подъем «елочкой».); Спуски на лыжах (Спуск в средней (основной) стойке. Спуск в высокой стойке. Спуск в низкой стойке. Спуск в стойке «отдыха».) Торможения при спуске на лыжах (Торможение «плугом». Торможение «полуплугом». Торможение боковым соскальзыванием. Торможение падением).

Подвижные игры и эстафеты с предметами и без них, с простейшими способами передвижения, не требующие проявления максимальных усилий и сложно-координационных действий. Педагогическая характеристика подвижных игр: «Борьба за мяч», «Футбол руками», «Пятнашки», «Рыбаки и рыбки» и др. Эстафеты: с предметами и без них, с преодолением полосы препятствий, составленной из гимнастических снарядов.

Прикладные виды аэробики:

Аэробика с элементами шейпинга: общеразвивающие упражнения в сочетании с танцевальными движениями на основе базовых шагов под музыкальное сопровождение. Разучивание комплексов упражнений силовой направленности, локально воздействующих на различные группы мышц. Методика питания при занятиях физическими упражнениями. Расчет индивидуального суточного рациона с учетом вида деятельности.

Фитбол-аэробика: Особенности содержания занятий по фитбол-аэробике. Упражнения локального и регионального характера, упражнения на равновесие, изометрические упражнения с максимальным мышечным напряжением из различных исходных положений.

Стретчинг: основы методики развития гибкости. Разучивание и совершенствование упражнений из различных видов стретчинга: пассивного и активного статического; пассивного и активного динамического. Краткая психофизиологическая характеристика основных систем физических упражнений. Рекомендации к составлению комплексов упражнений по совершенствованию отдельных физических качеств с учетом имеющихся отклонений в состоянии здоровья.

Специально-оздоровительная физическая культура с элементами ЛФК:

Формирование физической культуры студентов, освобожденных от практических занятий физическим воспитанием по состоянию здоровья на длительный срок или на весь период обучения по дисциплине, складывается из расширенного курса теоретической подготовки и самостоятельных занятий, контролируемых преподавателем и работником реабилитационного центра.

Волейбол. Мини-футбол. Настольный теннис. Атлетическая гимнастика. Шахматы. Борьба самбо.

7. Форма контроля – зачет в очной и заочной формах обучения.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», Б1.В. ДВ.02.01 Имиджелогия

1. Цели освоения дисциплины заключается в формировании у бакалавров общепрофессиональных и профессиональных компетенций, необходимых для развития целостного представления об имиджелогии в системе «реклама и связи с общественностью»; в подготовке студентов к овладению технологиями и инструментарием имиджелогии, получении умений отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности; в формировании навыков реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Имиджология» входит в Блок 1- обязательной части направления подготовки «Реклама и связи с общественностью». Освоение дисциплины основано на изучении таких дисциплин как: «Теория и практика связей с общественностью», «Интегрированные коммуникации», «Визуальные коммуникации».

Дисциплина реализуется в седьмом семестре в очной форме обучения и в восьмом девятом семестре в заочной форме обучения.

Форма контроля: зачет в очной и заочной форме обучения.

Дисциплина реализуется в шестом семестре. Форма контроля – в шестом семестре экзамен. Освоение дисциплины необходимо для изучения следующих дисциплин: «Продюсирование и продвижение шоу-программ», «Производственно-творческая практика».

Взаимосвязь курса с другими дисциплинами ОПОП способствует планомерному формированию необходимых компетенций и углубленной подготовке студентов к решению специальных практических профессиональных задач.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля): ОПК-4, ПК-6

4. В результате освоения дисциплины обучающийся:

ОПК-4 (Аудитория)

Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

Знать: основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;

Уметь: соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп;

Владеть: основными инструментами поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности;

ПК-6 (Организация процесса создания коммуникационного продукта)

Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

Знать: состав функций линейного менеджера по рекламе и связям с общественностью; основы тактического планирования мероприятий в области рекламы и связей с общественностью; основы коммуникационной стратегии; основы организации внутренних коммуникаций; основные виды мероприятий по формированию корпоративной культуры и идентичности;

Уметь: выполнять функции линейного менеджера в рамках текущей деятельности коммуникационного или рекламного отдела и (или) отдела по рекламе и связям с общественностью в учреждении социо-культурной сферы; планировать тактические мероприятия в рамках реализации коммуникационной стратегии;

Владеть: навыками организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.

5. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы или 108 ч.

6. Структура и содержание дисциплины

Социально-теоретическая и практическая обусловленность возникновения имиджологии.

Предпосылки появления имиджа. Подходы к пониманию причин возникновения имиджа. Исторические этапы и эволюция данного понятия. Развитие теории имиджа от древности до наших дней.

Имиджология как научно-прикладная система знаний. Имиджология как новая область научного знания (А.А. Бодалев, А.Ю. Панасюк, Е.Б. Перелыгина, Е.А. Петрова, Г.Г. Почепцов, В.М. Шепель). Определение понятия. Место имиджологии в системе

современных наук. Имиджелогия и педагогика. Имиджелогия и психология. Предметное поле имиджелогии. Объект и предмет, цель и задачи имиджелогии.

Структура имиджелогического знания. Теоретико-методологическое и прикладное направление имиджелогии. Имидждиagnostика, имиджконсультирование, имиджмейкинг, имиджпрогностика как научно-практические направления имиджелогии. Имиджмейкер и имиджеолог.

Организационное статуйрование имиджелогии. Академия имиджелогии, цель создания, задачи, функции.

Имидж как объект изучения имиджелогии. Имидж: определение понятия. Имиджмейкинг – профессиональная деятельность по формированию имиджа. Многообразие определений термина «имидж». Основные подходы к определению термина «имидж» и их характеристики. Имидж как внешний вид. Имидж как психическое отражение качеств человека, иного объекта или явления.

Имидж и мнение: соотношение понятий. Сущность, характерные признаки имиджа. Атракция – конечная цель формирования положительного имиджа.

Аудитория имиджа. Прототип имиджа: особенности, характеристика.

Функции имиджа: коммуникативная, номинативная, эстетическая, адресная; характеристика функций, особенности.

Типология имиджа Имидж как продукт целенаправленной деятельности и нецеленаправленной деятельности. Имидж – отрицательный и положительный. Имидж профессиональный и личностный. Имидж желаемый, субъективный, реальный, идеальный. Характеристика особенностей.

Персональный имидж (имидж успешного человека, имидж политика, предпринимателя), его особенности. Составляющие персонального имиджа.

Групповой имидж (имидж социальной группы: политической партии, спортивной команды и пр.), его составляющие и свойства.

Территориальный имидж (имидж государства, края, региона и пр.) и социальные стереотипы. Национальные особенности объекта имиджирования.

Предметный имидж: определение и сущность. Цели и мотивы формирования предметного имиджа. Роль персонификации в формировании предметного имиджа.

Корпоративный имидж: определения. Подходы к трактовке термина «корпоративный имидж». Внутренний и внешний имидж организации. Корпоративный имидж в контексте социальных, политических и бизнес-коммуникаций.

7. Форма контроль: зачет в очной и заочной форме обучения.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.02 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ) ПО ВЫБОРУ 2 (ДВ.2)

по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,

Б1.В.ДВ.02.02 Интегрированные маркетинговые коммуникации

Цели освоения дисциплины заключается в формировании у бакалавров общепрофессиональных компетенций, необходимых в профессиональной деятельности для системного понимания особенностей продвижения коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов интегрированных коммуникаций с учетом тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира и исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования и влияния сферы коммуникаций на развитие современного общества, применения основных технологий маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта в процессе удовлетворения потребностей общества и аудитории, получении навыков определения эффекта и последствий своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

1. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)» входит в Блок 1- обязательной части направления подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данного курса, формируются в процессе изучения таких дисциплин, как: «Теория и практика связей с общественностью», «Теория и практика рекламы», «Креативные технологии в рекламе и PR», «Основы маркетинга», «Организация работы структур по рекламе и связям с общественностью», практики, ГИА.

Дисциплина реализуется в седьмом семестре в очной форме обучения и в восьмом девятом семестре в заочной форме обучения.

Форма контроль: зачет в очной и заочной форме обучения.

Изучение дисциплины основано на полученных знаниях дисциплин: «Теория и практика связей с общественностью», «Теория и практика рекламы».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и навыки, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Кампании в связях с общественностью», «Кампании в рекламе», «Учебная практика», «Производственная практика», «ГИА».

Взаимосвязь курса с другими дисциплинами ООП способствует планомерному формированию необходимых компетенций и углубленной подготовке студентов к решению специальных практических профессиональных задач.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля): ОПК-4, ОПК-5, ПК-6.

3. В результате освоения дисциплины обучающийся:

ОПК-4 (Аудитория)

Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

Знать: основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;

Уметь: соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп;

Владеть: основными инструментами поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности.

ОПК-5 (Медиакоммуникационная система)

Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм

Знать: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;

Уметь: осуществлять свои профессиональные действия с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы;

Владеть: профессиональными навыками в сфере медиакоммуникаций с учетом правовых и этических норм регулирования профессиональной деятельности.

ПК-6 (Организация процесса создания коммуникационного продукта)

Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

Знать: состав функций линейного менеджера по рекламе и связям с общественностью; основы тактического планирования мероприятий в области рекламы и связей с общественностью; основы коммуникационной стратегии; основы организации

внутренних коммуникаций; основные виды мероприятий по формированию корпоративной культуры и идентичности;

Уметь: выполнять функции линейного менеджера в рамках текущей деятельности коммуникационного или рекламного отдела и (или) отдела по рекламе и связям с общественностью в учреждении социо-культурной сферы; планировать тактические мероприятия в рамках реализации коммуникационной стратегии;

Владеть: навыками организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы или 72ч.

5. Структура и содержание дисциплины

Теоретические и практические аспекты осуществления интегрированных маркетинговых коммуникаций. Интегрированные маркетинговые коммуникации: понятие, сущность, стратегия

Понятие и сущность интегрированных маркетинговых коммуникаций. Маркетинговое обращение: исключение противоречий между всеми видами обращений, их совместимость. Стратегия единого голоса. Особенности практики применения интегрированных маркетинговых коммуникаций. Модель и программа интегрированных маркетинговых коммуникаций. Интегрированное использование инструментов маркетинговых коммуникаций

Реклама как элемент комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций

Дефиниция термина «реклама», ее отличие от «паблик рилейшнз». Реклама как канал маркетинговой коммуникации. Реклама как механизм общественных связей и отношений. Рекламные технологии в информационном бизнесе. Анализ основных участников рекламного процесса. Психологические проблемы рекламных коммуникаций. Роль и значение рекламы в комплексе интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Бренд в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций

Определение терминов «бренд», «торговый знак», «торговая марка», «брендинг». Отличительные признаки бренда. Бренд- пирамида. Таблица восприятия бренда. Особенности формирования бренда компании. Коммуникационная стратегия управления брендом. Архитектура бренда. Формирование структуры портфеля брендов компании. Бренд как средство коммуникации между продавцом и покупателем. Интегрированный брендинг.

Директ-маркетинг как компонент интегрированных маркетинговых коммуникаций

Понятие «директ-маркетинг». Анализ его отдельных видов: прямая почтовая рассылка, торговля по каталогам, телефонный маркетинг, телемагазин, on-line продажи. Особенности директ-маркетинга как канала коммуникации в интегрированных маркетинговых коммуникациях. Личная продажа как форма прямого маркетинга. Анализ этапов процесса эффективной личной продажи. Телефонные переговоры, личные переговоры, презентация. Перспективы развития и ограничения в применении директ-маркетинга как элемента комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций в России.

Интернет-ресурс как элемент комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций

Интернет как элемент комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций. Основные виды рекламы в Интернет. Специфика выбора каналов коммуникации в Интернете. Развитие электронной коммерции в США, странах Западной Европы и в России. Оценка эффективности коммуникаций в Интернет.

Стратегическое планирование интегрированных маркетинговых коммуникаций

Определение терминов «стратегия», «стратегическое планирование». Анализ различных типов стратегий. Цель и задачи стратегического планирования

маркетинговых коммуникаций рекламного агентства. Основные этапы стратегического планирования маркетинговых коммуникаций рекламного агентства. Значение стратегического планирования маркетинговых коммуникаций рекламного агентства.

7. Форма отчетности –зачет в очной и заочной форме обучения.

Блок 2 «Практики»
Б2.О.01-УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА
по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,
Б2.О.01.01(У) УЧЕБНАЯ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ)
ПРАКТИКА

Цели освоения дисциплины: закрепление знаний, полученных студентами в процессе обучения в вузе, на основе изучения работы предприятия (учреждения, организации), на которых студенты проходят практику, а также приобретение первичных практических навыков самостоятельной работы в области рекламы и связей с общественностью.

Задачами практики являются:

- ознакомление с основными направлениями работы коммуникационных, рекламных агентств или агентств по связям с общественностью, отделов маркетинга, рекламы и связей с общественностью предприятия (фирмы, организации), на котором студенты проходят практику;
- формирование первичных навыков самостоятельной практической работы, умения анализировать деятельность учреждения – базы практики по различным критериям;
- овладение первоначальными навыками поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач в сфере рекламы и связей с общественностью, создания и поддержания в профессиональной деятельности безопасных условий жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов; достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов/коммуникационных продуктов
- ознакомление с функциональным назначением и организационной структурой предприятия по месту прохождения практики в рамках социального взаимодействия и реализации своей роли в команде, изучения межкультурного разнообразия общества в социально-исторического, этического и философского контекстов,
- ознакомление и изучение программного обеспечения, необходимого для осуществления рекламной и PR-деятельностей;
- приобретение или совершенствование практического опыта использования технологий медиарелейшнз (отношения со СМИ); технологии копирайтинга; технологии организации специальных мероприятий; основные инструменты внутренних коммуникаций; основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов, типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью;
- сбор и оформление полученных фактических данных по деятельности учреждения в отчетных документах учебной практик.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

В соответствии с ФГОС ВО практика является обязательной, входит в Блок 2 учебного плана и представляет особый вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Практики закрепляют знания и умения, приобретаемые студентами в процессе освоения теоретических курсов и специальных дисциплин (Таблица 1).

Предшествующие и последующие дисциплины и виды практик

Таблица 1

Номер семестра	Предшествующие дисциплины и виды практик	Номер семестра	Последующие дисциплины и виды практик
1	Информационные технологии в медиа индустрии	3	Коммуникология в рекламе и в связях с общественностью
1	Теория и практика рекламы	3,4	Организация работы структур по

Номер семестра	Предшествующие дисциплины и виды практик	Номер семестра	Последующие дисциплины и виды практик
			связям с общественностью
2	Основы коммуникативной культуры	4	Психология массовых коммуникаций
		4	Производственная (профессионально – творческая) практика

Форма проведения практики – практика проводится дискретно:

-по видам практик – путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида (совокупности видов) практики.

Способ проведения практики – стационарная, выездная:

– стационарная - в случае, если студенты проходят ее в профильной организации;
– выездная - в случае, если студенты проходят ее в профильной организации, находящейся вне населенного пункта, в котором расположен вуз. Как правило, студенты, проживающие в различных районах Московской и других областей РФ, проходят практику в профильных организациях по месту работы и проживания.

Профильными организациями для проведения практики являются:

российские и международные коммуникационные группы;

аналитические компании и центры

коммуникационные и консалтинговые агентства специализированные;

коммуникационные и консалтинговые агентства полного цикла;

профильные подразделения крупных российских и иностранных компаний коммерческого и некоммерческого сектора;

профильные структуры в государственных ведомствах;

НКО.

Решение о местах прохождения практики обучающимися принимается ректором МГИК по представлению декана факультета и заведующего выпускающей кафедрой с учетом:

наличия у МГИК с организациями договорных отношений;

характера, содержания деятельности принимающей организации и соответствия профиля их работы направлению подготовки (специальности);

возможностей принимающей стороны в части численности, направляемых для прохождения практики обучающихся, наличия у принимающей стороны соответствующей производственной, нормативно-правовой и научной базы, необходимой и достаточной для прохождения практики;

готовности организации выполнять требования настоящей программы и трудового законодательства;

рекомендаций профессорско-преподавательского состава выпускающей кафедры в отношении отдельных обучающихся;

письменных запросов - подтверждений, поступивших в адрес института/факультета и выпускающей кафедры от принимающих сторон о готовности создать необходимые условия для прохождения обучающимися практики в соответствии с настоящей программой и обеспечить надлежащее руководство ею.

Особенности организации практики в случае индивидуального прикрепления обучающихся.

Вопросы о месте прохождения практики по индивидуальному прикреплению обучающихся также решаются ректором МГИК по представлению декана факультета и заведующего выпускающей кафедрой:

в случае отсутствия возможности прохождения практики обучающимся в профильных организациях, с которыми у МГИК заключен договор;

на основании письменных запросов - подтверждений, поступивших в адрес МГИК от принимающих сторон, и заключенных с ними договоров.

Обучающиеся, решающие вопросы прохождения практики по индивидуальному прикреплению, не позднее, чем за два месяца до начала ее проведения обязаны представить на выпускающую кафедру факультета:

заявление на имя декана факультета с просьбой о прохождении практики по индивидуальному прикреплению, указав полное наименование организации и ее юридический адрес.

Продолжительность рабочего дня для обучающихся при прохождении практики в организациях, учреждениях и на предприятиях составляет для обучающихся в возрасте от 16 до 18 лет не более 35 часов в неделю (ст. 92 ТК РФ), в возрасте от 18 лет и старше не более 40 часов в неделю (ст. 91 ТК РФ).

Учебная (профессионально-ознакомительная) практика проводится на кафедре, проводящей подготовку бакалавра, в научных подразделениях МГИК, а также на договорных началах в сторонних организациях, предприятиях и учреждениях города Москва, Московской и других областей РФ, осуществляющих научно-исследовательскую деятельность, на которых возможно изучение и сбор материалов, связанных с выполнением выпускной квалификационной работы.

Сроки проведения практики определяются в соответствии с календарным графиком ОПОП ВО во 2-м семестре.

В подразделениях, где проходит практика, студентам выделяются рабочие места для выполнения индивидуальных заданий по программе практики.

В период практики студенты подчиняются всем правилам внутреннего распорядка и техники безопасности, установленным в подразделении и на рабочих местах.

Учебную (профессионально-ознакомительную) практику студент может проходить, являясь штатным сотрудником, т.е. постоянно или временно в конкретной компании или организации. Прохождение практики также возможно в статусе внештатного сотрудника, выступающего в качестве консультанта по конкретной проблеме. Студент-практикант сам несет ответственность за подбор компании (организации) и получение конкретной информации для выполнения проекта. В случае возникновения затруднений институт помогает студенту, предоставляя имеющиеся контакты с компаниями и организациями, заинтересованными в стажерах или консультантах.

1. Подготовительный этап, включающий в себя ознакомление с требованиями техники безопасности и спецификой практики, выдачу индивидуальных заданий (информационное собрание студентов-практикантов для пояснения целей и задач работы и встреча студентов-практикантов с руководителями для формулировки задания и составления графика практики).

2. Выполнение аналитического обзора связанного с индивидуальной задачей студента (представление задания на прохождение учебной (профессионально-ознакомительной) практики).

3. Анализ результатов аналитического обзора и постановка задач исследований.

4. Разработка и адаптация методов решения поставленных задач.

5. Проведение модельных и/или натурных экспериментов.

6. Обработка результатов экспериментов.

7. Подготовка отчёта (представление письменного отчета по учебной (профессионально-ознакомительной) практике).

Отчет по практике, завизированный научным руководителем, представляется руководителю практики.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля):
Таблица 2

Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики

Наименование компетенции	Результаты достижения компетенции в результате прохождения обучающимся учебной практики
--------------------------	---

УК - 1 – Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знать: методологию и методику системного анализа, критического анализа проблемных ситуаций, стратегического управления Уметь: осуществлять системный анализ, критический анализ проблемных ситуаций, вырабатывать стратегию действий Владеть: методами системного и критического анализа, стратегического управления
УК - 3 - Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.	Знать: теорию и методологию психологии управления Уметь: организовать работу команды, определить стратегию ее деятельности, мотивировать команду для ее исполнения Владеть: психологическими методами управления
УК - 5 – Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.	Знать: теорию и технологии межкультурного взаимодействия Уметь: применять технологии межкультурного взаимодействия Владеть: технологией межкультурного взаимодействия
УК - 8 – Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	Знать: требования, предъявляемые к безопасности условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и угрозе военных конфликтов и пути обеспечения комфортных условий труда на рабочем месте. Уметь: обеспечивать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и угрозе военных конфликтов, комфортные условия труда на рабочем месте; выявлять и устранять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; Владеть: навыками предотвращения возникновения чрезвычайных ситуаций (природного и техногенного происхождения) на рабочем месте
ОПК - 3 - Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов, коммуникационных продуктов	Знать: демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса Уметь: использовать достижения отечественной и мировой культуры Владеть: средствами художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ПК - 1 - Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и оффлайн коммуникаций	Знать: технологии медиарилейшнз (отношения со СМИ); технологии копирайтинга; технологии организации специальных мероприятий; основные инструменты внутренних коммуникаций; основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов Уметь: использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования; использовать технологии копирайтинга; использовать основные технологии формирования Владеть: технологиями медиапланирования;

	технологиями организации специальных мероприятий; современными техническими средствами и основными технологиями цифровых коммуникаций.
ПК-5 - осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями задачами.	Знать: типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; виды основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; основы планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью Уметь: составлять основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; понимать результаты исследований для планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью Владеть: реализацией типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; навыками составления документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; навыками использования исследований для планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью.

Общая трудоемкость дисциплины

Учебная (профессионально-ознакомительная) практика осуществляется во 2 семестре по очной форме обучения и в 4 семестре по заочной форме обучения общим объемом 108 часов, 3 зачетных единицы и общей продолжительностью 2 недели.

6. Форма контроля – Результаты прохождения практики каждого вида определяются путем проведения промежуточной аттестации в виде зачёта.

Б2.О.02 - ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА
по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,

Б2.О.02.01(П) ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ
(ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ) ПРАКТИКА

1. Цели освоения дисциплины: расширение знаний об изучаемой отрасли профессиональной деятельности, систематизации информации, выявления и оценки тенденций в коммуникационной сфере, без чего невозможна эффективная профессиональная деятельность по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Задачи, решаемые в ходе профессионально-творческой практики:

- закрепление знаний, полученных студентами в процессе обучения: методология и методика проектного менеджмента, теории и методологии психологии управления, теория социальных коммуникаций, особенностей, теория и технологии межкультурного взаимодействия требования, предъявляемые к безопасности условий жизнедеятельности;

- приобретение или совершенствование навыков научно-исследовательской работы в отрасли для успешного выполнения профессиональной деятельности в будущем в сочетании контактной работы преподавателей с обучающимися и самостоятельной работы обучающихся: система общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития, расширение кругозора в сфере отечественного и мирового культурного процесса, основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов, совокупность экономических факторов, политических, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;

- приобретение или совершенствование ими практического опыта использования технологий медиарелейшнз (отношения со СМИ); технологии копирайтинга; технологии организации специальных мероприятий; основные инструменты внутренних коммуникаций; основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов, организации рекламной деятельности и связей с общественностью в коммерческой; технологии и инструменты продвижения в коммерческой сфере, политике, социокультурной сфере; типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью; тактического планирования мероприятий в области рекламы и связей с общественностью; основы коммуникационной стратегии; основы организации внутренних коммуникаций; основные виды мероприятий по формированию корпоративной культуры и идентичности; основных маркетинговых инструментов, принципов и основ проведения мониторинга обратной связи; методов производства коммуникационного продукта; основ реализации коммуникационного продукта.

Профессионально-творческой практики практика содействует закреплению теоретических знаний и формированию умений, являющихся составляющим соответствующих компетенций, освоению профессиональных компетенций, соответствующих виду профессиональной деятельности и типам решаемых профессиональных задач, а также способствует установлению необходимых деловых контактов Института с предприятиями, организациями и учреждениями.

Производственная (профессионально-творческая) является обязательной и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. В период прохождения практики в целях формирования компетенций у обучающихся развиваются практические

навыки работы по направлению подготовки, умения принимать самостоятельные решения на конкретных участках работы в реальных условиях, целостное представление о содержании, видах и формах профессиональной деятельности.

Место практики в структуре ОПОП ВО

Производственная (профессионально-творческая) практика относится к блоку: Б2. Практика

Очное отделение:

Производственная (профессионально-творческая) практика в 4-м семестре 2-го курса продолжительностью 2 недели, 108 часов, 3 зачетных единицы и в 6-м семестре 3-го курса продолжительностью 2 недели, 108 часов, 3 зачетных единицы.

Практика 4 семестра закрепляет знания и умения, приобретаемые студентами в процессе освоения теоретических курсов и специальных дисциплин (Таблица 1).

Предшествующие и последующие дисциплины и виды практик

Таблица 1

Предшествующие дисциплины и виды практик	Последующие дисциплины и виды практик
Информационные технологии в медиа индустрии	Этические нормы профессиональной деятельности
Теория и практика рекламы	Сценарно-режиссерские основы специальных событий
Основы коммуникативной культуры	Компьютерная графика и Web-дизайн
Коммуникология в рекламе и в связях с общественностью	Интегрированные коммуникации
Организация работы структур по связям с общественностью	Кампании в рекламе
Психология массовых коммуникаций	Имиджология
Визуальные коммуникации	Организация коммуникаций в социальных
	Производственная (преддипломная) практика

Практика 6 семестра закрепляет знания и умения, приобретаемые студентами в процессе освоения теоретических курсов и специальных дисциплин (Таблица 2).

Предшествующие и последующие дисциплины и виды практик

Таблица 2

Предшествующие дисциплины и виды практик	Последующие дисциплины и виды практик
Этические нормы профессиональной деятельности	Экономика и менеджмент медиа
Сценарно-режиссерские основы специальных событий	Бренд-менеджмент
Компьютерная графика и Web-дизайн	Кампании в связях с общественностью
Интегрированные коммуникации	Медиапланирование
Кампании в рекламе	GR-коммуникации
Имиджология	Эволюция политического консалтинга
Организация коммуникаций в социальных	Продюсирование и продвижение шоу - программ
	Производственная (преддипломная) практика

Заочное отделение:

Производственная (профессионально-творческая) практика в 6-м семестре 3-го курса продолжительностью 2 недели, 108 часов, 3 зачетных единицы, и в 8-м семестре 4-го курса продолжительностью 2 недель, 108 часов, 3 зачетных единицы.

Общим объемом 6 зачетных единиц и 216 часов.

Форма проведения практики – путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида (совокупности видов) практики.

Способ проведения профессионально - творческой практики: стационарная (в МГИК, агентствах, профильных предприятиях г. Химки Московской области) или выездная (профильных предприятия вне г. Химки Московской области).

Производственная (профессионально-творческая) практика проводится в форме получения первичных профессиональных умений и навыков.

Профильными организациями для проведения практики являются:

российские и международные коммуникационные группы;

аналитические компании и центры

коммуникационные и консалтинговые агентства специализированные;

коммуникационные и консалтинговые агентства полного цикла;

профильные подразделения крупных российских и иностранных компаний коммерческого и некоммерческого сектора;

профильные структуры в государственных ведомствах\$

НКО.

Решение о местах прохождения практики обучающимися принимается ректором Института по представлению директора института/декана факультета и заведующего выпускающей кафедрой с учетом:

наличия у Института с организациями договорных отношений;

характера, содержания деятельности принимающей организации и соответствия профиля их работы направлению подготовки (специальности);

возможностей принимающей стороны в части численности, направляемых для прохождения практики обучающихся, наличия у принимающей стороны соответствующей производственной, нормативно-правовой и научной базы, необходимой и достаточной для прохождения практики;

готовности организации выполнять требования настоящей программы и трудового законодательства;

рекомендаций профессорско-преподавательского состава выпускающей кафедры в отношении отдельных обучающихся;

письменных запросов - подтверждений, поступивших в адрес института/факультета и выпускающей кафедры от принимающих сторон о готовности создать необходимые условия для прохождения обучающимися практики в соответствии с настоящей программой и обеспечить надлежащее руководство ею.

Особенности организации практики в случае индивидуального прикрепления обучающихся.

Вопросы о месте прохождения практики по индивидуальному прикреплению обучающихся также решаются ректором Института по представлению директора института/декана факультета и заведующего выпускающей кафедрой:

в случае отсутствия возможности прохождения практики обучающимся в профильных организациях, с которыми у Института заключен договор;

на основании письменных запросов - подтверждений, поступивших в адрес Института от принимающих сторон, и заключенных с ними договоров.

Обучающиеся, решающие вопросы прохождения практики по индивидуальному прикреплению, не позднее, чем за два месяца до начала ее проведения обязаны представить на выпускающую кафедру факультета:

заявление на имя директора института/декана факультета с просьбой о прохождении практики по индивидуальному прикреплению, указав полное наименование организации и ее юридический адрес;

запрос – подтверждение.

Продолжительность рабочего дня для обучающихся при прохождении практики в организациях, учреждениях и на предприятиях составляет для обучающихся в возрасте от 16 до 18 лет не более 35 часов в неделю (ст. 92 ТК РФ), в возрасте от 18 лет и старше не более 40 часов в неделю (ст. 91 ТК РФ).

Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения профессионально-творческой практики:

Таблица 3

Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики

Коды формируемых компетенций	Наименование компетенции и ее краткая характеристика
2 курса очной формы обучения	
УК-2 - Разработка и реализация проектов	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-3 - Командная работа и лидерство	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-5 - Межкультурное взаимодействие	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
УК-8 - Безопасность жизнедеятельности	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
ОПК-3 - Культура	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов/коммуникационных продуктов
ОПК-4 - Аудитория	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
ОПК-5 - Медиакоммуникационная система	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
ПК-1 - Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и оффлайн коммуникаций

технологий	
ПК-5 - Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями задачами.
ПК-6 - Организация процесса создания коммуникационного продукта	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
3 курса очной формы обучения	
УК-2 - Разработка и реализация проектов	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-3 - Командная работа и лидерство	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-4 - Коммуникация	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языке(ах)
УК-5 - Межкультурное взаимодействие	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
УК-8 - Безопасность жизнедеятельности	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
ОПК-2 - Общество и государство	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах / коммуникационных продуктах
ОПК-3 - Культура	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов/коммуникационных продуктов
ОПК-4 - Аудитория	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
ОПК-5 - Медиакоммуникационная система	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
ПК-1 - Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций
ПК-2 - Осуществление профессиональной деятельности в области рекламы и связей с	Способен осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в коммерческой сфере

общественностью в коммерческой сфере	
ПК-3 - Осуществление профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью в политике.	Способен осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в политике
ПК-4 - Осуществление профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью в социокультурной сфере	Способен осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в социокультурной сфере
ПК-5 - Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями задачами.
ПК-6 - Организация процесса создания коммуникационного продукта	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
ПК-7 - Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникаций	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

Квалификация бакалавра рекламы и связи с общественностью предусматривает овладение необходимыми знаниями и навыками для выполнения функций пресс-секретаря, менеджера коммуникационной структуры, эксперта, консультанта, референта в государственных и общественных учреждениях и организациях, коммерческих структурах по вопросам массовой информации и деловой коммуникации, общественных связей.

В соответствии с данными квалификационными требованиями основными сферами профессиональной деятельности бакалавра рекламы и связи с общественностью являются –реклама и связи с общественностью. В связи с этим практика распределена между этими сферами.

Общая трудоемкость практики составляет 6 ЗЕ (216 академических часов)

Форма контроля – 4 семестр – зачет, 6 семестр - зачёт с оценкой.

Б2.О.02 - ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА

по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,

Б2.О.02.02(Пд) ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ (Преддипломная) ПРАКТИКА

1.Целью практики является освоение профессиональные компетенции, соответствующие виду профессиональной деятельности.

Преддипломная практика проводится для выполнения выпускной квалификационной работы и является обязательной.

Задачами практики являются:

- закрепление знаний, полученных студентами в процессе обучения: методология и методика проектного менеджмента, теории и методологии психологии управления, теория и технология совершенствования собственной деятельности, научно-

практические основы физической культуры и здорового образа жизни, требования, предъявляемые к безопасности условий жизнедеятельности, основные документы, регламентирующие финансовую грамотность в профессиональной деятельности; источники финансирования профессиональной деятельности; принципы планирования экономической деятельности; критерии оценки затрат и обоснованности экономических. действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности; способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней;

- приобретение или совершенствование навыков научно-исследовательской работы в отрасли для успешного выполнения профессиональной деятельности в будущем в сочетании контактной работы преподавателей с обучающимися и самостоятельной работы обучающихся: отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ, основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов, совокупность экономических факторов, политических, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях, принципы работы современных информационных технологий и возможности их использования для решения задач профессиональной деятельности, цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.

- приобретение или совершенствование ими практического опыта использования технологий медиарелейшнз (отношения со СМИ); технологии копирайтинга; технологии организации специальных мероприятий; основные инструменты внутренних коммуникаций; основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов, организации рекламной деятельности и связей с общественностью в коммерческой; технологии и инструменты продвижения в коммерческой сфере, политике, социокультурной сфере; типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью; тактического планирования мероприятий в области рекламы и связей с общественностью; основы коммуникационной стратегии; основы организации внутренних коммуникаций; основные виды мероприятий по формированию корпоративной культуры и идентичности; основных маркетинговых инструментов, принципов и основ проведения мониторинга обратной связи; методов производства коммуникационного продукта; особенностей реализации коммуникационного продукта

Преддипломная практика содействует закреплению теоретических знаний и формированию умений, являющихся составляющим соответствующих компетенций, освоению профессиональных компетенций, соответствующих виду профессиональной деятельности и типам решаемых профессиональных задач, а также способствует установлению необходимых деловых контактов Института с предприятиями, организациями и учреждениями.

Преддипломная практика является обязательной и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. В период прохождения практики в целях формирования компетенций у обучающихся развиваются практические навыки работы по направлению подготовки, умения ориентироваться в процессах и явлениях внутриполитической и международной жизни; социально-экономических и социально-политических проблемах региона, страны и современного мира в целом; международных, общенациональных, региональных и местных информационных потоках; информационном и организационном обеспечении избирательного процесса, способны решать задачи по

созданию и продвижению имиджа политиков и политических и государственных организаций, созданию и проведению избирательных кампаний, продуктов политической рекламы в разных жанрах, политическому консалтингу, противодействию информационным войнам и т.д., принимать самостоятельные решения на конкретных участках работы в реальных условиях, целостное представление о содержании, видах и формах профессиональной деятельности.

Место практики в структуре ОПОП ВО

Практика относится к блоку: Б2. Практика. Практика проводится: восьмом семестре

Практика базируется на знаниях, полученных обучающимися в результате освоения следующих дисциплин: «Креативные технологии в рекламе и PR», «Организация работы структур по связям с общественностью», «Организация работы структур по рекламе», «Кампании в связях с общественностью», «Кампании в рекламе», «Организация коммуникаций в социальных сетях», «Медиапланирование», «Компьютерная графика и Web-дизайн», «Эволюция политического консалтинга», «Копирайтинг», Учебная и Производственная практики и является базовой для освоения следующих дисциплин (практик) учебного плана ОПОП: ГИА

Таблица 1

Номер семестра	Предшествующие дисциплины и виды практик	Номер семестра	Последующие дисциплины и виды практик
7	Экономика и менеджмент медиа	8	ГИА
7	Бренд-менеджмент		
7	Кампании в связях с общественностью		
7	Медиапланирование		
7-8	GR-коммуникации		
6-7	Эволюция политического консалтинга		
7-8	Продюсирование и продвижение шоу -программ		

Форма проведения практики: рассредоточенная.

Преддипломная практика осуществляется в форме проведения исследовательского проекта, выполняемого студентом в рамках утвержденной темы ВКР.

Производственная (преддипломная) практика проводится в форме получения первичных профессиональных умений и навыков в профильных организациях.

Профильными организациями для проведения практики являются:

русские и международные коммуникационные группы;

аналитические компании и центры;

коммуникационные и консалтинговые агентства специализированные;

коммуникационные и консалтинговые агентства полного цикла;

профильные подразделения крупных русских и иностранных компаний коммерческого и некоммерческого сектора;

профильные структуры в государственных ведомствах;

НКО.

Решение о местах прохождения практики обучающимися принимается ректором Института по представлению директора института/декана факультета и заведующего выпускающей кафедрой с учетом:

наличия у Института с организациями договорных отношений;

характера, содержания деятельности принимающей организации и соответствия профиля их работы направлению подготовки (специальности);

возможностей принимающей стороны в части численности, направляемых для прохождения практики обучающихся, наличия у принимающей стороны соответствующей производственной, нормативно-правовой и научной базы, необходимой и достаточной для прохождения практики;

готовности организации выполнять требования настоящей программы и трудового законодательства;

рекомендаций профессорско-преподавательского состава выпускающей кафедры в отношении отдельных обучающихся;

письменных запросов - подтверждений, поступивших в адрес института/факультета и выпускающей кафедры от принимающих сторон о готовности создать необходимые условия для прохождения обучающимися практики в соответствии с настоящей программой и обеспечить надлежащее руководство ею.

Особенности организации практики в случае индивидуального прикрепления обучающихся.

Вопросы о месте прохождения практики по индивидуальному прикреплению обучающихся также решаются ректором Института по представлению директора института/декана факультета и заведующего выпускающей кафедрой:

в случае отсутствия возможности прохождения практики обучающимся в профильных организациях, с которыми у Института заключен договор;

на основании письменных запросов - подтверждений, поступивших в адрес Института от принимающих сторон, и заключенных с ними договоров.

Обучающиеся, решающие вопросы прохождения практики по индивидуальному прикреплению, не позднее, чем за два месяца до начала ее проведения обязаны представить на выпускающую кафедру факультета:

заявление на имя директора института/декана факультета с просьбой о прохождении практики по индивидуальному прикреплению, указав полное наименование организации и ее юридический адрес;

запрос – подтверждение.

Место и сроки проведения практики

Практика проводится в профильных организациях, специфика деятельности которых соответствует теме ВКР обучающегося.

Сроки проведения практики определяются в соответствии с календарным учебным графиком.

Очное отделение:

производственная (преддипломная) практика в 8-м семестре 4-го курса продолжительностью 6 недель, 648 часов, 18 зачетных единицы.

Заочное отделение:

производственная (преддипломная) практика в 10-м семестре 5-го курса продолжительностью 6 недель, 648 часов, 18 зачетных единицы.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения производственной (профессионально-творческой) практики (таблица 2):

Таблица 2

Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики

Коды формируемых компетенций	Наименование компетенции и ее краткая характеристика
4 курса очной формы обучения (5 курса заочной формы обучения)	
УК-2 - Разработка и реализация проектов	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм,

	имеющихся ресурсов и ограничений
УК-3 - Командная работа и лидерство	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-6 - Самоорганизация и саморазвитие	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
УК-7 - Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровье-сбережение)	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
УК-8 - Безопасность жизнедеятельности	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
УК-9 - Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
УК-10 - Гражданская позиция	Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению
ОПК-1 - Продукт профессиональной деятельности: медиатекст/ медиапродукт /коммуникационный продукт	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты/ медиапродукты/ коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-4 - Аудитория	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
ОПК-5 - Медиакоммуникационная система	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
ОПК-6 - Технологии	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности
ОПК-7 - Эффекты	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
ПК-1 - Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и оффлайн коммуникаций
ПК-2 - Осуществление профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью в коммерческой сфере	Способен осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в коммерческой сфере
ПК-3 - Осуществление профессиональной деятель-	Способен осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в

ности в области рекламы и связей с общественностью в политике	политике
ПК-4 - Осуществление профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью в социокультурной сфере	Способен осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в социокультурной сфере
ПК-5 - Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями задачами
ПК-6 - Организация процесса создания коммуникационного продукта	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
ПК-7 - Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникаций	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

5. Общая трудоемкость практики составляет 648 часов, 18 зачетных единиц.

6. Форма контроля – экзамен.

Блок 3
БЗ.01 ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ
по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Государственная итоговая аттестация состоит из подготовки к сдаче и сдачи государственного экзамена по направлению «Реклама и связи с общественностью» направленности Реклама и связи с общественностью: общий профиль; а также подготовки к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы по направлению «Реклама и связи с общественностью» направленности «Реклама и связи с общественностью: общий профиль».

1.Цели проведения ГИА

Итоговые аттестационные испытания предназначены для определения общих и специальных (профессиональных) компетенций бакалавра по направлению Реклама и связи с общественностью определяющих его подготовленность к решению профессиональных задач, установленных федеральным государственным образовательным стандартом, способствующих его устойчивости на рынке труда и продолжению образования в магистратуре.

2.Место ГИА в структуре ОПОП ВО

Государственная итоговая аттестация выпускника высшего учебного заведения является обязательной и осуществляется после освоения образовательной программы в полном объеме.

Итоговая государственная аттестация проводится Государственной аттестационной комиссией во главе с председателем. Состав ГАК утверждается приказом ректора вуза. В состав ГАК входят: Председатель аттестационной комиссии (представитель сферы практической деятельности), зав. Кафедрой как заместитель Председателя аттестационной комиссии, ведущие преподаватели из числа кандидатов и (или) докторов наук (согласно Приказа по МГИК) и представители работодателей.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате ГИА: УК-1,2,3,4,5,6,7,8,9,10; ОПК-1,2,3,4,5,6,7; ПК-1,2,3,4,5,6,7

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать всеми универсальными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями выпускников, соответствующими типам профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа бакалавриата.

В результате подготовки, защиты выпускной квалификационной работы и сдачи государственного экзамена студент должен продемонстрировать владение всеми компетенциями, предусмотренными федеральным государственным образовательным стандартом (ФГОС ВО), а также:

Знать: методологию и методику системного анализа, критического анализа проблемных ситуаций, стратегического управления; теорию социальных коммуникаций, особенностей их осуществления на иностранном(ых) языке(ах); теорию и технологии межкультурного взаимодействия; отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ; систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития; способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов; способен принимать обоснованные экономические решения в различных

областях жизнедеятельности, способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению; основы экономической теории, необходимые для решения профессиональных и социальных задач. систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса; основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов; совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии; цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности; типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; виды основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; основы планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью; состав функций линейного менеджера по рекламе и связям с общественностью; основы тактического планирования мероприятий в области рекламы и связей с общественностью; основы коммуникационной стратегии; основы организации внутренних коммуникаций; основные виды мероприятий по формированию корпоративной культуры и идентичности; основные маркетинговые инструменты; основы проведения маркетинговых исследований; принципы и основы проведения мониторинга обратной связи; основы производства коммуникационного продукта; основы реализации коммуникационного продукта; технологии медиарилейшнз (отношения со СМИ); технологии копирайтинга; технологии организации специальных мероприятий; основные инструменты внутренних коммуникаций; основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов; организацию рекламной деятельности и связей с общественностью в политике, коммерческой сфере, социокультурной сфере; технологии и инструменты продвижения в политике, коммерческой сфере, социокультурной сфере.

Уметь: осуществлять системный анализ, критический анализ проблемных ситуаций, вырабатывать стратегию действий; осуществлять социальные и профессиональные коммуникации, в том числе на иностранном(ых) языке(ах); применять технологии межкультурного взаимодействия; создавать медиатексты и медиапродукты, востребованные сферой рекламы и связей с общественностью учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов; использовать достижения отечественной и мировой культуры; соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; осуществлять свои профессиональные действия с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы; использовать необходимое техническое оборудование и программное обеспечение; осуществлять отбор информации, профессиональных средств в соответствии с принципами социальной ответственности; составлять основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; понимать результаты исследований для планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью; выполнять функции линейного менеджера в рамках текущей деятельности коммуникационного или рекламного отдела и (или) отдела по рекламе и связям с общественностью в учреждении социо-культурной сферы; планировать тактические мероприятия в рамках реализации коммуникационной стратегии; использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта; использовать технологии медиарилейшнз и медиа планирования; использовать технологии

копирайтинга; обеспечивать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и угрозе военных конфликтов, комфортные условия труда на рабочем месте; выявлять и устранять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; обосновывать принятие экономических решений в различных областях жизнедеятельности на основе учета факторов эффективности; планировать деятельность с учетом экономически оправданные затрат, направленных на достижение результата; планировать, организовывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме; использовать основные технологии формирования корпоративной культуры; создавать и продвигать рекламные проекты и проекты по связям с общественностью в политике, коммерческой сфере, социокультурной сфере; создавать и продвигать рекламные проекты и проекты по связям с общественностью в политике, коммерческой сфере, социокультурной сфере; организовывать специальные мероприятия по продвижению объектов/продуктов культуры; применять технологии работы с различными целевыми аудиториями

Владеть: методами системного и критического анализа, стратегического управления; навыками свободной коммуникации, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), в профессиональной сфере; технологией межкультурного взаимодействия; навыками предотвращения возникновения чрезвычайных ситуаций (природного и техногенного происхождения) на рабочем месте; методикой анализа, расчета и оценки экономической целесообразности проекта, его финансирования из внебюджетных и бюджетных источников; навыками взаимодействия в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции; навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем; навыками создания коммуникационных продуктов, учитывая основные тенденции развития общественных и государственных институтов; средствами художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов; основными инструментами поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности; профессиональными навыками в сфере медиа коммуникаций с учетом правовых и этических норм регулирования профессиональной деятельности; современными цифровыми устройствами, платформами и программным обеспечением на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов; профессиональными приемами рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом; реализацией типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; навыками составления документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; навыками использования исследований для планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью; владеть навыками организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры. инструментами планирования производства коммуникационного продукта; инструментами реализации коммуникационного продукта в политике, коммерческой сфере, социокультурной сфере; технологиями медиа планирования; технологиями организации специальных мероприятий в политике, коммерческой сфере, социокультурной сфере; современными техническими средствами и основными технологиями цифровых коммуникаций; методами анализа современного социокультурного пространства и тенденций его развития, технологиями организации и продвижения проектов и мероприятий в политике, коммерческой сфере, социокультурной сфере.

4. Структура и содержание государственной итоговой аттестации:

Государственная итоговая аттестация состоит из итогового государственного экзамена и выпускной квалификационной работы.

Государственный итоговый экзамен проводится в устной форме по билетам, которые состоят из 3-х вопросов.

Первый - по предмету «Теория и практика связей с общественностью».

Второй - по предмету «Теория и практика рекламы».

Третий вопрос посвящен профилю подготовки - «Реклама и связи с общественностью: общий профиль».

Выпускная квалификационная работа представляет собой законченное научное исследование в области рекламы и связей с общественностью, в котором содержится решение задачи, имеющей теоретическое или практическое значение, либо изложенные автором научно обоснованные разработки, обеспечивающие решение прикладных задач.

Выпускная квалификационная работа должна:

- носить творческий характер;
- отвечать требованиям логичного и четкого изложения материала, доказательности и достоверности фактов;
- отражать умение студента пользоваться рациональными приемами поиска, отбора и систематизации информации;
- быть правильно оформлена.

Объем выпускной квалификационной работы – 60-70 страниц текста, набранного через 1,5 интервала 14 шрифтом. Выпускная квалификационная работа должна содержать титульный лист, введение с указанием актуальности темы, целей и задач, характеристикой основных источников и научной литературы, определением методик и материала, использованных в ВКР; основную часть (которая может члениться на параграфы и главы), заключение, содержащее выводы и определяющее дальнейшие перспективы работы, библиографический список. Оформление ВКР должно соответствовать требованиям, устанавливаемым ГОСТ.

Экзамен проводится Государственной экзаменационной комиссией в сроки, предусмотренные рабочими учебными планами по направлению «Реклама и связи с общественностью», по результатам которого, обучающийся получает отметку по пятибалльной системе и заключение аттестационной комиссии о присвоении (не присвоении) выпускнику квалификации Бакалавр по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».