

## Аннотации рабочих программ дисциплин (модулей) и программ практик

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«ФИЛОСОФИЯ»

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 3

**Цель освоения дисциплины:**

усвоение студентами философских знаний по основным разделам общей истории философии и теоретической философии; понимание предмета философии, ее роли в истории человеческой культуры, соотношение с другими формами духовной жизни, культурой, наукой и искусством.

**План курса:**

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Предмет философии.	собеседование, опрос
2.	Философия Древнего Востока.	собеседование, опрос
3.	Античная философия.	собеседование, опрос
4.	Философия Средневековья и Возрождения.	блиц-опрос / тестирование
5.	Философия Нового времени (XVII - XVIII вв.).	собеседование, опрос
6.	Классическая немецкая философия (конец XVIII – нач. XIX вв.).	собеседование, опрос
7.	Постклассическая философия середины XIX-начала XX вв.	собеседование, опрос
8.	Современная западная философия.	собеседование, опрос
9.	Русская философия.	собеседование, опрос
10.	Философское учение о бытии и материи.	собеседование, опрос
11.	Философская проблема сознания.	собеседование, опрос
12.	Философия познания.	собеседование, опрос
13.	Научное познание.	собеседование, опрос
14.	Философское понимание человека.	собеседование, опрос
15.	Общество как развивающаяся система.	собеседование, опрос
16.	Культура и цивилизация.	собеседование, опрос, реферат
17.	Философские проблемы современной цивилизации. Человечество перед лицом глобальных проблем.	собеседование, опрос

**Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: экзамен

**Основная литература:**

1. Каримов А.В. Планы семинарских занятий по философии. – Тамбов, 2011.
2. Крапивенский С.Э. Социальная философия: Учебник для студ. гуманитар.-соц. спец. вузов. – 4-е изд., испр. – М.: ВЛАДОС, 2014. – 416 с.
3. Краткий философский словарь / Под ред. А.П. Алексеева. М., 2011.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ИСТОРИЯ»

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 1

### **Цель освоения дисциплины:**

формирование у студентов комплексного восприятия отечественной истории, понимания её узловых проблем и места во всемирно-историческом процессе, взаимосвязи прошлого и современности, необходимости корректной оценки исторических событий и процессов для обеспечения устойчивого развития нашей страны в будущем.

### **План курса:**

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Введение в дисциплину. Киевская Русь. IX – XIII вв.	собеседование, опрос
2.	«Осень средневековья». Образование Московской Руси. XIV – XVII вв.	собеседование, опрос
3.	XVIII век. Начало перехода к индустриальному обществу.	собеседование, опрос
4.	Тенденции развития всемирной истории в XIX в. Россия в первой половине XIX в.	блиц-опрос / тестирование
5.	Россия в период реформ. Вторая половина XIX в.	собеседование, опрос
6.	Начало кризиса мировой цивилизации. Россия в начале XX в. 1900 – 1917 гг.	собеседование, опрос
7.	Революция и реформы: формирование и укрепление тоталитарной системы власти в 1918-1955 гг.	собеседование, опрос
8.	Советское общество в условиях начавшейся научно-технической революции. Вторая половина 1950-х – первая половина 1980-х гг.	собеседование, опрос
9.	Россия на перепутье. 1985 – 1999 гг.	собеседование, опрос, реферат

### **Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: экзамен

### **Основная литература:**

1. Данилов, А.А. История России с древнейших времён до наших дней в вопросах и ответах: учеб. пособ. / А.А. Данилов.— М.: Проспект, 2012 .
2. История России: учебник / А. С. Орлов [и др.]; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, Ист. фак. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Проспект, 2015 .

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (английский)»

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 1,2,3,4

**Цель освоения дисциплины:**

формирование компетенций, позволяющих осуществлять коммуникацию на иностранном языке в устной и письменной формах для решения профессиональных задач..

**План курса:**

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Тема 1.Мастерская мира.	Собеседование, выполнение лексико-грамматических заданий
2.	Тема 2.Как всё начиналось.	Тест, опрос
3.	Тема 3.Сделано в Британии.	Тест, опрос
4.	Тема 4.Государство благосостояния.	Собеседование, выполнение лексико-грамматических заданий
5.	Тема 5 .Сделано в США	Собеседование, выполнение лексико-грамматических заданий
6.	Тема 6.Лондонский Сити.	Собеседование, выполнение лексико-грамматических заданий
7.	Тема 7.Уолл Стрит	Собеседование, выполнение лексико-грамматических заданий
8.	Тема 8.Выбор профессии	Опрос, тест
9.	Тема 9.Экономическая грамотность	Тест, выполнение лексико-грамматических заданий
10.	Тема 10. Экономика: скучная наука?	Тест, опрос
11.	Тема 11.Экономика: разделы и школы экономической мысли.	Тест, выполнение лексико-грамматических заданий
12.	Тема 12. Компромиссы и альтернативные издержки.	Собеседование, выполнение лексико-грамматических заданий
13.	Тема 13. Политика невмешательства государства в экономику: рынки, работа и деньги	Собеседование, выполнение лексико-грамматических заданий

**Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: зачет, экзамен

**Основная литература:**

1. Бортникова Т.Г., Зимина Е.И., Кондакова Н.Н., Лычаная С.А., Романова В.М. Лексический минимум: английский язык. – Тамбов: изд.-во ТГУ им. Г.Р. Державина, 2014.

2. Зусман Ю.А. Перевод официально-деловой документации (с английского языка на русский и с русского на английский). – Тамбов: изд.-во ТГУ им. Г.Р. Державина. 2014.

3. Redston, Ch., G. Cunningham. Face2Face. Pre-Intermediate Student's Book. Cambridge. CUP. 2012.
4. Redston, Ch., G. Cunningham. Face2Face. Intermediate Student's Book. Cambridge. CUP. 2013.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (немецкий)»

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 1,2,3,4

### Цель освоения дисциплины:

формирование коммуникативной языковой компетенции, включающей лингвистический, социокультурный и прагматический компоненты и позволяющей осуществлять межличностное общение и профессиональную деятельность на иностранном языке. Иностранный язык в процессе обучения при этом выступает как предмет, подчиненный профилирующим дисциплинам, как проводник специальных знаний в реализации образовательной профессиональной программы бакалавриата.

### План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Представление. Знакомство.	Собеседование, выполнение лексико-грамматических заданий
2.	Государственное устройство. Политика. Право	Тест, опрос
3.	Деловая поездка. Транспорт в ФРГ.	Тест, опрос
4.	Социальная политика в ФРГ	Собеседование, выполнение лексико-грамматических заданий
5.	Экономическая система в Германии. Карьера. Устройство на работу.	Собеседование, выполнение лексико-грамматических заданий
6.	Внешняя экономика Германии. Заключение договора.	Собеседование, выполнение лексико-грамматических заданий
7.	Виды оплаты	Собеседование, выполнение лексико-грамматических заданий
8.	Логистика	Опрос, тест
9.	Обработка заказов	Тест, опрос
10.	Деловые контакты	Тест, выполнение лексико-грамматических заданий
11.	Коммерческая презентация и переговоры	Собеседование, выполнение лексико-грамматических заданий

### Формы промежуточной аттестации:

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне

данной дисциплины: зачет, экзамен

**Основная литература:**

1. Дронова О.А., Копылова С.С., Эсаулова А.В., Мильцин В.Н., Саблина Г.Ф. Лексический минимум: немецкий и французский языки. – Тамбов, изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина, 2014.
2. Лытаева М.В. Немецкий язык для делового общения: учебник для бакалавров. – М.: Юрайт, 2013.
3. Тагиль И.П. Немецкий язык: тематический справочник. – СПб: КАРО, 2015.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (французский)»**

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 1,2,3,4

**Цель освоения дисциплины:**

формирование представления о системе лингвистических знаний и закономерностях функционирования изучаемого иностранного языка; формирование умения свободно выражать свои мысли, адекватно используя языковые средства; формирование компетенций для реализации межличностного общения и профессиональной деятельности на иностранном языке.

**План курса:**

<b>№ темы</b>	<b>Название раздела/темы</b>	<b>Формы текущего контроля</b>
1.	Бюджет семьи. Потребление. Статус предпринимателя.	Монологическое высказывание по теме, письменная работа/тест, задания по аудированию, реферирование текста
2.	Занятость. Безработица.	Монологическое высказывание по теме, письменная работа/тест, задания по аудированию, реферирование текста
3.	Предприятие: классификации, структуры, управление.	Монологическое высказывание по теме, письменная работа/тест, задания по аудированию, реферирование текста
4.	Предприятие: социальные аспекты	Монологическое высказывание по теме, письменная работа/тест, задания по аудированию, реферирование текста
5.	Виды доходов	Монологическое высказывание по теме, письменная работа/тест, задания по аудированию, реферирование текста
6.	Банковский сектор	Монологическое высказывание по теме, письменная работа/тест, задания по аудированию, реферирование текста
7.	Деньги. Финансовый сектор экономики.	Монологическое высказывание

		по теме, письменная работа/тест, задания по аудированию, реферирование текста
8.	Регулирующая роль государства: налоги, социальные услуги.	Монологическое высказывание по теме, письменная работа/тест, задания по аудированию, реферирование текста

**Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: зачет, экзамен

**Основная литература:**

1. Змеева, Т.Е. Французский язык для экономистов : учебник для бакалавров; Высшая шк. экономики, Нац. исследоват. ун-т.— М. :Юрайт, 2013 .— 493 с.
2. Левина, М.С. Французский язык [Текст] : учебник для бакалавров— [2-е изд., перераб. и доп.] .— М. : Юрайт, 2013 .

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 3

**Цель освоения дисциплины:**

усвоение теоретико-методологических основ безопасности жизнедеятельности, понимание теоретических и практических основ обеспечения безопасности в системе «человек – среда обитания». Формирование у студентов рационального мышления и культуры безопасности жизнедеятельности, способности использовать основы правовых, нормативно-технических и организационных методов безопасности в профессиональной и социальной деятельности. Умение применять алгоритмы и навыки действий в экстремальных ситуациях.

**План курса:**

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Основы безопасности жизнедеятельности. Основные понятия, термины и определения.	лекции, презентации, контрольная работа
2.	Физические негативные факторы. Шумовое, вибрационное и электромагнитное воздействие: опасности, средства безопасности. Электробезопасность.	лекции, презентации, устный опрос-обсуждение
3.	Химические и биологические негативные факторы. Механизмы воздействия, травмы и патологии, способы защиты.	лекции, презентации, выполнение письменных работ
4.	Понятие и классификация ЧС. ЧС природного характера. Особо опасные инфекции.	лекции, презентации, спринт-контроль
5.	ЧС техногенного характера: аварии на	лекции, презентации, анализ и

	ХОО с выбросом АХОВ.	решение ситуационных задач
6.	ЧС техногенного характера: аварии на РОО с выбросом радиоактивных веществ.	лекции, презентации, анализ и решение ситуационных задач
7.	ЧС техногенного характера: аварии на ПВОО.	лекции, презентации, анализ и решение ситуационных задач
8.	Чрезвычайные ситуации военного времени.	лекции, презентации, анализ и решение ситуационных задач
9.	Медицинская характеристика очагов катастроф мирного и военного времени. Мероприятия и средства медицинской защиты.	лекции, презентации, устный опрос-обсуждение
10.	Основы Российского законодательства в области здравоохранения. Правовые основы первой помощи. Критерии оценки вреда здоровью.	лекции, презентации, устный опрос-обсуждение

**Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: зачет

**Основная литература:**

1. Плошкин, В.В. Безопасность жизнедеятельности : учебное пособие для вузов / В.В. Плошкин. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - Ч. 2. - 404 с. : – (ЭБС «Университетская библиотека online»)
2. Плошкин, В.В. Безопасность жизнедеятельности : учебное пособие для вузов / В.В. Плошкин. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - Ч. 1. - 380 с. – (ЭБС «Университетская библиотека online»)
3. Безопасность жизнедеятельности : учебное пособие / под ред.Л.А. Муравей. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2015. -431 с. – (ЭБС «Университетская библиотека online»)

7

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ»**

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 1,2

**Цель освоения дисциплины:**

содействие формированию всесторонне развитой личности в процессе физического совершенствования, пропаганде здорового образа жизни, способности направленного использования разнообразных средств и методов физической культуры для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

**План курса:**

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Тема 1. Сущность, основные понятия, средства физической культуры.	Т-О, Д
2.	Тема 2. Физическое развитие человека. Основные показатели	Т-О

3.	Тема 3. Методика закаливания.	Т-О
4.	Тема 4. Физические качества: физиологические основы и методика воспитания.	Т-О
5.	Тема 5. Влияние оздоровительного бега на функциональное состояние организма	Т-О
6.	Тема 6. Физическая нагрузка ее компоненты	Пр. 3, Д
7.	Тема 7. Биоэнергетические механизмы, обеспечивающие двигательную деятельность.	Пр.3
8.	Тема 8. Адаптация к физическим нагрузкам	Пр.3
9.	Тема 9. Физиологическая характеристика состояний организма при физкультурно-спортивной деятельности.	Р
10.	Тема 10. Оценка состояния функциональных систем организма	Т-О, Д
11.	Тема 11. Методика оценки и коррекции осанки.	О, Д
12.	Тема 12. Травмы, классификация травм, способы оказания первой помощи	Т, Р
13.	Тема 13. Принципы формирования суточного рациона питания.	Т-О
14.	Тема 14. Жиры, белки и углеводы	Т-О
15.	Тема 15. Витамины и микроэлементы.	Т-О

**Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: зачет

**Основная литература:**

1. Барчуков, И.С. Теория и методика физического воспитания и спорта: учебник [Текст] / И.С. Барчуков. – М., 2011.
2. Виленский М.Я. Физическая культура и здоровый образ жизни студента: учебное пособие. М. 2007 320с
3. Панов, Г.А. Врачебно-педагогический контроль в процессе физического воспитания студентов [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Г.А. Панов. – М.: Российский университет дружбы народов, 2012. – 192 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/11449.html>.
4. Шулятьев, В.М. Физическая культура студента [Электронный ресурс]: учеб. пособие / В.М. Шулятьев, В.С. Побыванец. – М.: Российский университет дружбы народов, 2012. – 288 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/22227.html>.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«ВВЕДЕНИЕ В ПРОЕКТНУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»**

**Код наименования направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификационная степень выпускника:** бакалавр

**Формы обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 2

**Цель освоения дисциплины:**

формирование у студентов системных базовых представлений, знаний, умений и навыков по управлению проектами в сфере рекламы и связей с общественностью.

**План курса:**

№	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
---	-----------------------	-------------------------



темы		
1	Содержание управления проектами	Опрос-беседа Практическое задание
2	Источники информации. Поиск информации. Работа с информацией.	Собеседование, опрос
3	Основы управления рекламным проектом	Опрос-беседа Эссе
4	Управление разработкой и реализацией рекламного проекта	Практическое задание Разработка рекламного проекта
5	Проектная деятельность в ПР	Опрос-беседа Эссе
6	Проектирование программ в ПР	Практическое задание Разработка ПР-проекта Итоговое тестирование

**Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: зачет

**Основная литература:**

1. Прохоров А.В., Пядышева Т.Г. Теория и практика рекламной и ПР-деятельности. – учебное пособие. – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р.Державина. 2017.
2. Прохоров А.В., Пядышева Т.Г., Маликова Т.Г. Связи с общественностью в различных сферах – учебное пособие. – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р.Державина. 2015.
3. Романова, М.В. Управление проектами [Текст] : учеб. пособие / М.В. Романова .— М. : ИД "Форум" : ИНФРА-М, 2014 .— 256 с. : ил. — (Высшее образование) .— ISBN 978-5-8199-0308-7 ((ИД "Форум")) .— ISBN 978-5-16-002920-7 ((ИНФРА-М)) .
4. Управление инновационными проектами [Текст] : учеб. пособие / под ред. В.Л. Попова .— М. : ИНФРА-М, 2014 .— 335 с. : ил. — (Высшее образование: Бакалавриат) .— ISBN 978-5-16-002774-6.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ»**

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная, заочная

**Семестр:** 1

**Цель освоения дисциплины:**

формирование образцовой языковой личности высокообразованного специалиста, речь которого соответствует принятым в образованной среде нормам, отличается логичностью и выразительностью.

**План курса:**

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Национальный язык и культура речи	собеседование, опрос, выполнение практических задач. Тестирование.
2.	Литературный язык- основа культуры речи	собеседование, опрос,

		выполнение практических задач. Тестирование
3.	Орфоэпия и культура речи	собеседование, опрос, выполнение практических задач. Тестирование.
4.	Лексические нормы русского языка	собеседование, опрос, выполнение практических задач. Тестирование.
5.	Грамматические нормы русского литературного языка: имен существительных, прилагательных	собеседование, опрос, выполнение практических задач. Тестирование.
6.	Грамматические нормы русского литературного языка: глагольных форм, числительных и местоимений, синтаксические нормы.	собеседование, опрос, выполнение практических задач. Тестирование. Защита проекта
7.	Стилистические нормы русского языка. Научный, официально-деловой стили.	собеседование, опрос, выполнение практических задач. Тестирование. Защита проекта
8.	Стилистические нормы русского языка. Функциональные стили: публицистический, художественный, разговорный	собеседование, опрос, выполнение практических задач. Тестирование. Защита проекта
9.	Общение и коммуникация. Особенности русского речевого этикета	собеседование, опрос, выполнение практических задач. Тестирование. Защита проекта

**Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: зачет

**Основная литература:**

1. Введенская, Л. А. Русский язык и культура речи: учеб. пособие / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова, Е. Ю. Кашаева. - 31-е изд. - Ростов н/Д.: Феникс, 2015.
2. Русский язык и культура речи [Текст] : учеб. для вузов / под ред. В.Д. Черняк. — Изд. 2-е, испр. и доп. — М. : Высшая школа, 2016. — 495 с.
3. Русский язык и культура речи. Сборник упражнений и тестовых заданий. Учеб.-методич. пособие / Отв. ред. В.В. Павлова; Федеральное агентство по образованию, ГОУВПО «Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина». Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2008. 105с.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«ЭКОНОМИКА»**

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная, заочная

**Семестр:** 1

**Цель освоения дисциплины:**

формирование у студентов экономического мышления и экономической культуры, усвоение теоретико-методологических основ данной дисциплины, понимание рационального и эффективного ведения домохозяйств, предприятий, фирм, организаций и национальных экономик.

**План курса:**

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Основополагающие понятия экономической теории.	Собеседование, опрос
2.	Основные проблемы экономической организации общества	Собеседование, опрос, эссе
3.	Собственность. Экономические системы	Собеседование, опрос
4.	Рынок. Функционирование рыночного механизма	Собеседование, опрос, решение задач
5.	Производство и издержки	Собеседование, опрос, решение задач
6.	Конкуренция и монополия	Собеседование, опрос, реферат
7.	Рынки факторов производства и формирование доходов в рыночной экономике	Собеседование, опрос
8.	Система макроэкономических показателей	Собеседование, опрос
9.	Макроэкономическая нестабильность и ее основные проявления	Собеседование, опрос
10.	Экономический рост	Собеседование, опрос
11.	Государственное регулирование экономики	Собеседование, опрос
12.	Налогово-бюджетная политика государства	Собеседование, опрос
13.	Кредитно-денежная политика государства	Собеседование, опрос
14.	Мировая экономика. Формы международных экономических отношений	Собеседование, блиц-опрос/тестирование

**Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: зачет

**Основная литература:**

1. Экономика: учебник для неэкономических специальностей /под ред. В.М. Юрьева; Федеральное агентство по образованию, Тамб.гос.ун-т им. Г.Р. Державина. 2-е изд., доп. Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2016. 492 с.
2. Экономика: учебник Елисеев А. С. Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. 528 с.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ПРАВОВЕДЕНИЕ»

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная, заочная

**Семестр:** 4

**Цель освоения дисциплины:**

формирование у студентов системного представления о государственно-правовых явлениях, гражданском обществе и правовом государстве; повышение уровня их правового сознания и правовой культуры, необходимых для качественной организации профессиональной деятельности.

**План курса:**

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Предмет, метод и задачи курса "Правоведение". Общество, государство, политическая власть.	Семинар-беседа с элементами дискуссии. Собеседование. Опрос
2.	Право и правовая система.	Семинар-беседа с элементами дискуссии. Реферат
3.	Правоотношения. Правонарушение и юридическая ответственность	Обсуждение предложенных вопросов. Эссе
4.	Основы конституционного строя РФ. Основы правового статуса человека и гражданина в РФ.	Дискуссия по проблемным вопросам.
5.	Система органов государственной власти Российской Федерации.	Семинар-беседа с элементами дискуссии. Тестирование
6.	Основы административного права.	Обсуждение предложенных вопросов.
7.	Основы гражданского и семейного права	Дискуссия по проблемным вопросам.
8.	Основы трудового права.	Семинар-беседа с элементами дискуссии.
9.	Основы уголовного права.	Обсуждение предложенных вопросов.

**Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: зачет

**Основная литература:**

1. Малько, А. В. Правоведение [Текст] : элементар. курс : учеб. пособие / А. В. Малько, В.А. Затонский.— Москва : КНОРУС, 2016.— 245 с.
2. Правоведение [Текст] : учеб. пособие / В.В. Сергеев [и др.] .— М. : ГЭОТАР-Медиа, 2013.— 400 с

12

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«МАТЕМАТИКА И СТАТИСТИКА»**

**Код наименования направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификационная степень выпускника:** бакалавр

**Формы обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 3

**Цель освоения дисциплины:**

заключается в обосновании значимости и функций статистики в анализе экономических и социальных процессов; прогнозировании и разработке сценариев развития; в овладении студентами вопросами теории и практики статистики и математики, а также применении статистических и математических методов анализа.

**План курса:**

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля

1	Функции действительного переменного. Предел функции.	Собеседование, опрос, реферат
2	Неопределенный интеграл Определенный интеграл и его приложения	Собеседование, опрос
3	Числовые и функциональные ряды.	Собеседование, опрос
4	Статистика как наука. Предмет, метод и задачи статистики. Статистическое наблюдение	Блиц-опрос / тестирование
5	Абсолютные, относительные и средние величины	Собеседование, опрос
6	Выборочный метод наблюдения	Собеседование, опрос

**Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: зачет

**Основная литература:**

1. Елисеева И.И., Юзбашев М.М. Общая теория статистики: Учебник / Под ред. И.И.Елисеевой. – М.: Финансы и статистика, 2012.
2. Контрольные работы по математике в модульно-рейтинговой системе обучения: Учеб.-метод. пособие для студентов / авт.-сост. О.Н. Горбунова. Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2009.
3. Математика в экономике. В 2 ч. Ч. 2: Учебник / А.С. Солодовников, В.А. Бабайцев, А.В. Браилов, И.Г. Шандра. - 3 изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2011.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА»**

13

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 4

**Цель освоения дисциплины:**

формирование управленческих знаний у будущих специалистов в области рекламы с одновременным формированием понимания того, что управление – это одна из самых востребованных прикладных наук, повсеместно применяемых в экономической практике, в изучении способов и методов принятия управленческие решения в области финансово-хозяйственной деятельности предприятий.

**План курса:**

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Эволюция науки менеджмента.	собеседование, опрос
2.	Менеджмент на пороге тысячелетий.	собеседование, опрос
3.	Содержание и особенности труда менеджера.	собеседование, опрос, тестирование
4.	Организация как основа менеджмента.	собеседование, опрос
5.	Стратегия организации.	собеседование, опрос
6.	Стратегическое планирование и стратегическое управление.	собеседование, опрос, реферат

7.	Структура организации.	собеседование, опрос
8.	Культура организации.	собеседование, опрос
9.	Организационные коммуникации.	собеседование, опрос
10.	Делегирование полномочий.	собеседование, опрос, тестирование
11.	Управленческие решения. Модели и методы принятия решений.	собеседование, опрос
12.	Мотивация и стимулирование.	собеседование, опрос, реферат
13.	Руководство и лидерство.	собеседование, опрос
14.	Группы и их развитие.	собеседование, опрос
15.	Управление персоналом.	собеседование, опрос
16.	Контроль.	собеседование, опрос, тестирование
17.	Управление изменениями.	собеседование, опрос

**Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: экзамен

**Основная литература:**

1. Латфуллин Г.А. Теория менеджмента [Текст]: учебник / Г.А. Латфуллин, А.С. Никитин, С.С. Серебренников. - 2-е изд. - СПб.: Питер, 2014. - 458 с. (Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения).
2. Тодошева С.Т. Теория менеджмента [Текст]: учеб.пособие / С.Т. Тодошева.- М: КНОРУС, 2013. - 214 с. - (Бакалавриат).

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ  
И ДИЗАЙНПРОЕКТИРОВАНИЕ В РЕКЛАМЕ»**

14

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 5,6

**Цель освоения дисциплины:**

изучение студентами основ функционирования и применения информационных технологий в сфере рекламной деятельности, получение практических навыков по работе с персональными компьютерами и основными графическими редакторами, применяемыми в рекламной деятельности.

**План курса:**

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Компьютерные технологии в рекламной деятельности: сущность, предпосылки и использование	собеседование, опрос, реферат
2.	Телекоммуникационные технологии в решении задач рекламы и PR	собеседование, опрос
3.	Компьютерные сети. Интернет	собеседование, опрос
4.	Прикладное программное обеспечение	блиц-опрос / тестирование
5.	Компьютерная графика	собеседование, опрос
6.	Векторная компьютерная графика	собеседование, опрос

7.	Растровая компьютерная графика	собеседование, опрос
8.	Web-дизайн	собеседование, опрос
9.	Издательские системы	собеседование, опрос, тестирование
10.	Оценка эффективности рекламного продукта	собеседование, опрос

**Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: зачет, экзамен

**Основная литература:**

1. Васильев Г. А. Технологии производства рекламной продукции: Учеб. пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2010. - 272 с.
2. Прохоров, А.В. Разработка и технологии производства рекламного продукта [Текст] : учеб. пособ.: в 2 ч. / А.В. Прохоров, М.В. Новикова, Н.А. Зелепукина ; Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина .— Тамбов : [Издат. дом. ТГУ им. Г.Р. Державина], .Ч. II .— 2011 .— 102 с.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«УПРАВЛЕНИЕ РЕПУТАЦИЕЙ БРЕНДА»**

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 5

**Цель освоения дисциплины:**

ознакомить студентов с современными репутационными технологиями и дать навыки использования коммуникационных средств и коммуникативных приемов в управлении репутацией организации.

**План курса:**

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Репутационный менеджмент основные понятия	собеседование, опрос
2.	Имидж и репутация	собеседование, опрос
3.	Корпоративная культура как основа для построения репутации	собеседование, опрос, реферат
4.	Параметры деловой репутации	блиц-опрос / тестирование
5.	Создание информационной основы репутации	собеседование, опрос
6.	Технологии управления деловой репутацией компании	собеседование, опрос
7.	Технологии управления деловой репутацией руководителя	собеседование, опрос

**Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: зачет

**Основная литература:**

1. Константы гудвилла: стиль, публицити, репутация, имидж и бренд фирмы: Учебное пособие / Ф.И. Шарков. - 2-е изд. - М.: Дашков и К: "Издательство Шаркова", 2012. - 272 с.:
2. Имиджелогия. Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов Учебное пособие / Горчакова В.Г. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 335 с.
3. Кошлякова М. О. Технологии формирования имиджа / М. О. Кошлякова. - М.: РГУТиС, 2008. - 128 с.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ РЕКЛАМЫ»

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 1,2

### Цель освоения дисциплины:

формирование представлений о понятийном аппарате данной дисциплины; освоение студентами основных принципов комплекса коммуникативных технологий, направленных на позиционирование товара; а также в изучении одной из форм массовых коммуникаций, обеспечивающей продвижение товаров и услуг от производителя к потребителю. При этом реклама рассматривается не только как компонент маркетинга, но и как информационный процесс, органично включенный в систему политических, социальных, коммуникативных отношений.

### План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1	Интегрированные коммуникации	собеседование, опрос
2	Сущность и функции рекламы	собеседование, опрос
3	Процесс рекламной деятельности	собеседование, опрос, реферат
4	Целевая аудитория рекламы	блиц-опрос / тестирование
	Виды рекламы	собеседование, опрос
5	Реклама в периодической печати	собеседование, опрос
6	Реклама на телевидении	собеседование, опрос
7	Реклама на радио	собеседование, опрос
8	Политическая реклама	собеседование, опрос
9	Социальная реклама	собеседование, опрос
10	Эффективность рекламы	собеседование, опрос

### Формы промежуточной аттестации:

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: зачет, экзамен

### Основная литература:

1. Прохоров А.В., Пядышева Т.Г. Теория и практика рекламной и ПР-деятельности. – учебное пособие. – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р.Державина. 2017.
2. Прохоров А.В., Пядышева Т.Г., Маликова Т.Г. Технология написания рекламных и ПР-текстов. Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р.Державина. 2016.
3. Прохоров А.В., Пядышева Т.Г., Маликова Т.Г. Связи с общественностью в различных сферах – учебное пособие. – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р.Державина. 2015.



4. Ромат Е., Сендеров Д. Реклама: учебник для вузов. 8-е изд. Стандарт третьего поколения. – СПб.: Питер, 2013. – 512 с.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 3

### **Цель освоения дисциплины:**

формирование представлений о понятийном аппарате данной дисциплины, принципах и закономерностях функционирования сферы связей с общественностью, изучаются особенности реализации современных ПР-проектов и программ, их учет при принятии управленческих отношений; освоение студентами основных принципов комплекса коммуникативных технологий, направленных на позиционирование и продвижение товара, которые включают рекламу, связи с общественностью, изучение закономерностей взаимодействия субъектов общественных отношений с гражданами и организациями на основе согласования интересов.

### **План курса:**

<b>№ темы</b>	<b>Название раздела/темы</b>	<b>Формы текущего контроля</b>
1.	Цели, функции, принципы деятельности паблик рилейшнз	собеседование, опрос
2.	Институты паблик рилейшнз	собеседование, опрос
3.	Корпоративные отношения: механизм деятельности паблик рилейшнз	собеседование, опрос
4.	Паблик рилейшнз в системе маркетинговых коммуникаций	блиц-опрос / тестирование
5.	Анализ и прогноз в структуре паблик рилейшнз	собеседование, опрос
6.	Имидж и пути его формирования средствами паблик рилейшнз	собеседование, опрос, реферат
7.	Технологии паблик рилейшнз	собеседование, опрос
8.	Взаимодействие со средствами массовой информации («медиариллейшнз»)	собеседование, опрос
9.	Управление кризисными ситуациями средствами ПР	собеседование, опрос
10.	Организация и проведение ПР-кампаний	собеседование, опрос
11.	Основные сферы ПР-деятельности	собеседование, опрос

### **Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: экзамен

### **Основная литература:**

1. Прохоров А.В., Пядышева Т.Г. Теория и практика рекламной и ПР-деятельности. – учебное пособие. – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р.Державина. 2017.
2. Прохоров А.В., Пядышева Т.Г., Маликова Т.Г. Технология написания рекламных и ПР-текстов. Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р.Державина. 2016.
3. Прохоров А.В., Пядышева Т.Г., Маликова Т.Г. Связи с общественностью в

различных сферах – учебное пособие. – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р.Державина. 2015.

4. Ромат Е., Сендеров Д. Реклама: учебник для вузов. 8-е изд. Стандарт третьего поколения. – СПб.: Питер, 2013. – 512 с.

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ»**

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 6,7

**Цель освоения дисциплины:**

обучение и развитие знаний и навыков в области предлагаемой дисциплины согласно современным тенденциям развития рыночной экономики и общественных отношений, что понимается как способность к анализу субъектов рыночных отношений, использующих практику маркетингового поведения, методов и способов принятия маркетинговых управленческих решений на основе полученной качественной маркетинговой информации.

**План курса:**

<b>№ темы</b>	<b>Название раздела/темы</b>	<b>Формы текущего контроля</b>
1.	Система маркетинга	собеседование, опрос
2.	Сегментирование рынка	собеседование, опрос, реферат
3.	Направления маркетинговых исследований	собеседование, опрос
4.	Процесс маркетингового исследования	блиц-опрос / тестирование
5.	Методы маркетинговых исследований	собеседование, опрос
6.	Использование количественных и качественных методов исследования	собеседование, опрос
7.	Анкетирование	собеседование, опрос
8.	Правила и процедуры маркетинговых исследований	блиц-опрос / тестирование
9.	Исследование внутренней среды предприятия	собеседование, опрос
10.	Исследование внешней среды предприятия	собеседование, опрос

**Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: зачет, экзамен

**Основная литература:**

1. Каменева, Н.Г. Маркетинговые исследования: учеб. пособие / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. – М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2011. – 438 с.

2. Куцерубов А.Е. Маркетинговое управление бизнес-процессами: учебное пособие / А.Е. Куцерубов, И.Ф. Чепурова. – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2017. – 122 с.

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ПОЛИТИЧЕСКИЙ ПР»**

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 7,8

**Цель освоения дисциплины:**

подготовка специалистов, владеющих теоретическими и практическими знаниями в области современных политических технологий, знакомство студентов со спецификой проведения рекламных и ПР-кампаний в политической сфере. Необходимость освоения теоретического и практического опыта политического ПР в настоящее время обусловлена расширением данного рынка информационных и коммуникационных услуг, а также возросшей ролью политических процессов в функционировании общества.

**План курса:**

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Сущность и содержание публич рилейшнз	собеседование, опрос
2.	Публич рилейшнз и общественное мнение	собеседование, опрос
3.	Политический ПР	собеседование, опрос, реферат
4.	Приемы ПР в политической рекламе	собеседование, опрос
5.	Политическая реклама как форма политической коммуникации	собеседование, опрос
6.	Политическая реклама и ПР в избирательных кампаниях	собеседование, опрос
7.	Формирование имиджа политика	собеседование, опрос
8.	Имиджевые стратегии: дискредитационные технологии и мероприятия по восстановлению имиджа.	собеседование, опрос
9.	Оценка политических рекламных и ПР кампаний	собеседование, опрос, тестирование
10.	Деятельность ПР-служб	собеседование, опрос

**Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: зачет, экзамен

**Основная литература:**

1. Гринберг, Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама / Т.Э. Гринберг. - М.: Аспект-Пресс, 2012. – 317 с.
2. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 329 с.
3. Политический консалтинг / Д.В. Ольшанский, В.Ф. Пеньков. – СПб.: Питер, 2005. – 448 с.
4. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учебное пособие / А.Н. Чумаков. - М.: Аспект-Пресс, 2014. – 159 с.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ»**

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 5,6

**Цель освоения дисциплины:**

овладение студентами базовыми знаниями и умениями в области психологии рекламы, необходимыми для успешной реализации профессиональной деятельности. Ознакомить студентов с основными проблемами психологии рекламы; рассмотреть виды рекламных средств, их особенности, элементы; научить студентов психологическим приемам и техникам в рекламе и с пользой владеть ими.

**План курса:**

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Реклама как коммуникация	собеседование, опрос
2.	Психология саморекламы	собеседование, опрос
3.	Психические процессы в формировании рекламных образов	собеседование, опрос, реферат
4.	Поведенческий и эмоциональный аспекты рекламного воздействия	блиц-опрос / тестирование
5.	Психология цвета, света и формы в рекламе	собеседование, опрос
6.	Психология мотивации в рекламе	собеседование, опрос
7.	Реклама как средство психологического воздействия и его механизмы	собеседование, опрос
8.	Суггестивные психотехнологии в рекламе	собеседование, опрос
9.	Манипуляция в рекламе	собеседование, опрос
10.	Психология пропаганды и рекламы в средствах массовой информации	собеседование, опрос

20

**Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: зачет, экзамен

**Основная литература:**

1. Антипов К.В. Основы рекламы: Учебник. 2-е изд. М.: Издательство: Дашков и К, 2013
2. Гуревич, П. С. Психология рекламы : историко-аналитическое и философское содержание / П. С. Гуревич. – Ростов н / Д. : Феникс, 2011. – 459 с.
3. Мокшанцев, Р. И. Психология рекламы : учебное пособие / Р. И. Мокшанцев. М., Новосибирск: Инфра-М, Сибирское соглашение, 2009. — 230 с.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ И МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ»**

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Формы обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 3,4

**Цель освоения дисциплины:**

подготовка специалиста, владеющего основополагающими знаниями по вопросам эффективного размещения рекламы. Теоретическое освоение курса предполагает овладение профессиональной терминологией, знание принципов и правил

медиапланирования. Практическое освоение курса предполагает приобретение навыков медиапланирования.

**План курса:**

№ темы	Название раздела/темы	Форма текущего контроля
1	Основные понятия теории коммуникации	собеседование, опрос
2	Сущность массовой коммуникации	собеседование, опрос
3	Основные модели массмедиа. Тенденции развития массовых коммуникаций	собеседование, опрос
4	Целевая аудитория и ее основные характеристики	собеседование, опрос
5	Понятие медиапланирования	собеседование, опрос
6	Рекламные агентства и особенности их выбора	собеседование, опрос
7	Реклама в структуре современных массмедиа	собеседование, опрос, реферат
8	Информационные каналы и носители рекламы	собеседование, опрос
9	Основные понятия медиапланирования	собеседование, опрос
10	Планирование рекламы в прессе	собеседование, опрос
11	Планирование рекламы на телевидении	собеседование, опрос
12	Планирование рекламы на радио	собеседование, опрос
13	Планирование рекламы в сети Интернет	собеседование, опрос
14	Планирование наружной рекламы	собеседование, опрос, тестирование
15	Использование компьютерных технологий в процессе медиапланирования	собеседование, опрос

**Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: зачет, экзамен

**Основная литература:**

1. Дубровин И. А. Маркетинговые коммуникации. Учебник; Издательский дом Дашков и К. М.: Изд-во: Издательский дом Дашков и К, 2012
2. Киселев А.Г. Теория и практика массовой информации. - М.: КноРус, 2010. - 431 с.
3. Костина, А.В. Основы рекламы: учебное пособие: для студентов высших учебных заведений, обучающихся по гуманитарным специальностям / А.В. Костина, Э.Ф. Макаревич, О.И. Карпухин. М.: Кнорус, 2010.399 с.
4. Новикова М.В. Технология продаж рекламного пространства. Тамбов, 2012. – 71 с.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«ОСНОВЫ ЭТИЧЕСКОГО И ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ  
В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Формы обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 1

**Цель освоения дисциплины:**

сформировать у студентов систему компетенций и навыков, позволяющую понимать этические и правовые основы деятельности средств рекламной деятельности и ПР, в том

числе в части правовых основ распространения и доступа к информации, интеллектуальных прав, рекламы, защиты чести и достоинства.

**План курса:**

№ темы	Название раздела/темы	Форма текущего контроля
1	Структура информационного законодательства. Особые правовые режимы информации. Режимы государственной тайны, коммерческой тайны и персональных данных.	собеседование, опрос
2	Отношения со СМИ в правовом поле	собеседование, опрос
3	Правовое регулирование предвыборной агитации	собеседование, опрос
4	Законодательные основы связей с общественностью в федеральных и региональных органах власти	собеседование, опрос
5	Правовое обеспечение рекламы. Закон о рекламе: структура, сферы регулирования, основные понятия	собеседование, опрос
6	Государственное регулирование в сфере рекламной деятельности. Саморегулирование в рекламе и СМИ	собеседование, опрос
7	Гражданско-правовые отношения рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей. Договоры в сфере рекламы. Юридическая ответственность в сфере рекламы	собеседование, опрос, реферат
8	Правовая охрана интеллектуальной собственности в сфере рекламы и PR деятельности. Общие понятия и принципы авторского права и смежных прав в рекламе	собеседование, опрос, тестирование

**Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: зачет

**Основная литература:**

1. Правовое регулирование рекламной деятельности: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция» /
2. Д. Эриашвили и др.] - М.: ЮНИТИДАНА: Закон и право, 2012. - 240 с.
3. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике : Уч. пос. / Ф. И. Шарков. - М.: Дашков и К, 2012. - 336 с.
4. Правовое регулирование рекламной деятельности: Курс лекций / Б.О. Дударова, С.А. Пузыревский - VI.: Норма: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 256 с.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИЙ»**

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Формы обучения:** очная / заочная

## Семестр: 1

### Цель освоения дисциплины:

формирование теоретико-методологического базиса изучения следующих за курсом основ теории коммуникации социально-коммуникационных и профессиональных дисциплин, а также общими понятиями о психологических особенностях протекания массовой коммуникации.

### План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Форма текущего контроля
1	Понятие и основные элементы коммуникации	собеседование, опрос
2	Типология социальной коммуникации	собеседование, опрос
3	Эволюция социальной коммуникации и современное информационно-коммуникативное общество	собеседование, опрос
4	Процессно-информационный подход к коммуникации	собеседование, опрос, реферат
5	Семиотический подход к коммуникации	собеседование, опрос, тестирование

### Формы промежуточной аттестации:

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: зачет

### Основная литература:

1. Нахимова, Е. А. Основы теории коммуникации [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Е. А. Нахимова, А. П. Чудинов. - М : ФЛИНТА, 2013. — 153 с.
2. Основы коммуникологии (теория коммуникации): Учебное пособие / А.С. Чамкин. - М.: НИЦ ИНФРА-М., 2013. - 350 с.
3. Основы теории коммуникации: Учебное пособие / Е.А. Кожемякин. - М.: НИЦ ИНФРА-М., 2014. - 189 с.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ИВЕНТ МАРКЕТИНГ»

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Формы обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 3

### Цель освоения дисциплины:

изучение студентами основ в области организации специальных мероприятий, формирование представления о планировании, подготовке и проведении специальных мероприятий в различных областях деятельности человека.

### План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Форма текущего контроля
1	Основы организации специальных мероприятий	собеседование, опрос
2	Разработка плана специального мероприятия	собеседование, опрос

3	Виды и назначение специальных мероприятий	собеседование, опрос
4	Этапы планирования и подготовки специального мероприятия	собеседование, опрос, реферат
5	Выбор СМИ при планировании специального мероприятия	собеседование, опрос, тестирование
6	Технология организации и проведения специальных мероприятий	собеседование, опрос
7	Бюджет и отчетность при планировании специального мероприятия	собеседование, опрос
8	Оценка эффективности специального мероприятия	собеседование, опрос

**Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: зачет

**Основная литература:**

1. Государственный PR: связи с общественностью для государственных оргций и проектов: Учеб. / А.Н.Чумиков, М.П.Бочаров - 2-е изд., испр. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 329 с.
2. Организация и проведение мероприятий: Учебное пособие / Гойхман О.Я. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 136 с.
3. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-релейшнз: Учебное пособие/Гундарин М. В., 2-е изд., испр. и доп. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 312 с.:

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ»**

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 1

**Цель освоения дисциплины:**

сформировать у студентов представление и понимание об основах профессионально этичного поведения и научить управлять этикой деловых отношений, конфликтами и стрессами.

**План курса:**

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Деловое общение и этика.	решение практических задач
2.	Этические особенности типов личности.	памятка-рекомендации по этике деловых отношений
3.	Структура делового общения.	блиц-опрос / тестирование
4.	Этические принципы деловых отношений.	собеседование, опрос
5.	Психологические основы деловых отношений.	доклад, презентация
6.	Ведение переговоров с деловыми партнерами.	собеседование, опрос

**Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: экзамен



**Основная литература:**

1. Руднев, В.Н. Риторика. Деловое общение: учеб. пособие / В.Н. Руднев .— М. : Кнорус, 2013 .— 347 с.
2. Психология делового общения в туризме и гостеприимстве: учеб. пособие / А. А. Федюлин и др. ; под общ. ред. Е. С. Сахарчук .— М. : Федеральное агенство по туризму, 2014 .— 189 с.
3. Езова, С.А. Профессиональное общение: новые нюансы и аспекты: научно-практическое пособие / С.А. Езова .— М. : Либерей-Бибинформ, 2012 .— 96 с.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«ПСИХОЛОГИЯ И СОЦИОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ»**

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 4,5,6

**Цель освоения дисциплины:**

знакомство с основами психологии массовой коммуникации и ее ключевыми направлениями, а также общими понятиями о психологических особенностях протекания массовой коммуникации; изучение института массовой коммуникации, сложившегося на протяжении XIX-XX вв.; основных функций и законов реального функционирования массовых коммуникаций в обществе, механизмов взаимоотношений между субъектами, входящими в коммуникационную цепь.

**План курса:**

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Массовая коммуникация в парадигме социальной психологии	собеседование, опрос
2.	Структура личности как база восприятия информации	собеседование, опрос
3.	Роль установки и стереотипа в процессе массовой коммуникации	собеседование, опрос
4.	Психологические виды воздействия в ходе массовой коммуникации	блиц-опрос / тестирование
5.	Психология процесса коммуникации. Специфика информационных процессов субъекта, включенного в массовую коммуникацию	собеседование, опрос
6.	Мотивы и потребности в ходе массовой коммуникации	собеседование, опрос, реферат
7.	Массовое поведение и психологические эффекты массовой коммуникации	собеседование, опрос
8.	Аудитория средств массовой коммуникации	собеседование, опрос
9.	Психологический анализ средств массовой коммуникации	собеседование, опрос
10.	Психология коммуникатора в условиях массовой коммуникации	собеседование, опрос
11.	Общие принципы организации и проведения эмпирических социологических исследований	собеседование, опрос

	массовых коммуникаций	
12.	Эмпирические социологические исследования коммуникатора и текста массовых коммуникаций	собеседование, опрос, тестирование
13.	Эмпирические социологические исследования реципиента массовых коммуникаций	собеседование, опрос

**Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: зачет, экзамен

**Основная литература:**

1. Антонова, Н.В. Психология потребительского поведения, рекламы и PR : учеб. пособие / Н.В. Антонова, О.И. Патоша. – М. : ИНФРА-М, 2016. – 325 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=543751>
2. Прохоров А.В., Пядышева Т.Г. Теория и практика рекламной и PR-деятельности. – учебное пособие. – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р.Державина. 2017.
3. Руденко, А.М. Психология массовых коммуникаций : учебник / А.М. Руденко, А.В. Литвинова; под ред. А.М. Руденко. – М. : РИОР : ИНФРА-М, 2017. – 303 с. (Высшее образование: Бакалавриат). – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=792707>
4. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации: Учебник для вузов. СПб.: Питер, 2003. 400 с.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫМ МНЕНИЕМ»**

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 7

**Цель освоения дисциплины:**

является изучение основ управления общественным мнением, теоретических и практических аспектов применения инструментов и механизмов его формирования.

**План курса:**

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Общественное мнение как предмет социологического изучения.	собеседование, опрос, реферат
2.	Теоретико-методологические основы изучения и управления общественным мнением.	собеседование, опрос
3.	Технологии формирования общественного мнения	собеседование, опрос
4.	Управление общественным мнением в государственных организациях.	собеседование, опрос
5.	Управление общественным мнением в общественных организациях.	собеседование, опрос
6.	Управление общественным мнением в коммерческих организациях.	собеседование, опрос
7.	Управление общественным мнением и	собеседование, опрос

	работа со СМИ.	
8.	Управление общественным мнением в рамках рекламных кампаний.	собеседование, опрос, тестирование
9.	Управление общественным мнением в рамках PR-кампаний.	собеседование, опрос

#### **Формы промежуточной аттестации**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: экзамен

#### **Основная литература:**

1. Гринберг, Т.Э. Политические технологии: PR и реклама / Т.Э. Гринберг. - М.: Аспект-Пресс, 2012. – 317 с.
2. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 329 с.
3. Политический консалтинг / Д.В. Ольшанский, В.Ф. Пеньков. – СПб.: Питер, 2005. – 448 с.
4. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учебное пособие / А.Н. Чумаков. - М.: Аспект-Пресс, 2014. – 159 с.

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавриат

**Формы обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 2

#### **Цель освоения дисциплины:**

сформировать у студентов представление о многообразии технологий выставочной деятельности; изучить специфику организации экспозиции, методы работы с аудиторией выставки; ознакомиться с подходами повышения эффективности выставочной деятельности, а также освоить комплекс приемов организации выставочной деятельности.

#### **План курса:**

<b>№ темы</b>	<b>Название раздела/темы</b>	<b>Формы текущего контроля</b>
1	Выставки – зеркало экономики	собеседование, опрос, реферат
2	Государственная политика в сфере ВЯД в России	собеседование, опрос
3	Терминология и классификация выставочной деятельности	собеседование, опрос
4	Инфраструктура выставочной деятельности	собеседование, опрос
5	Международные соглашения в области выставочно-ярмарочной деятельности. Всемирные выставки "ЭКСПО"	собеседование, опрос
6	Выставочная деятельность как инструмент маркетинга	собеседование, опрос
7	Экономические аспекты выставочной деятельности. Стоимость участия в выставке	собеседование, опрос
8	Экономический анализ рисков выставочного	собеседование, опрос

	участия	
9	Выставочные мероприятия и реклама	собеседование, опрос, тестирование
10	Методологические подходы к организационному процессу	собеседование, опрос
11	Разработка управленческих решений в организации выставочной деятельности в Москве	собеседование, опрос
12	Основы деятельности ВВЦ - крупнейшего выставочно-ярмарочного комплекса России	собеседование, опрос
13	Значение специализированных выставочных центров Москвы для выставочного бизнеса города	собеседование, опрос
14	Региональная политика ВЯД. Выставочные центры в Федеральных округах России	собеседование, опрос
15	Государственная политика организации выставочной деятельности	собеседование, опрос, тестирование
16	Особенности выставочной деятельности в США, Канаде и Мексике	собеседование, опрос

**Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: экзамен.

**Основная литература:**

1. Бердышев С.Н. Организация выставочной деятельности: Учеб. пособие. М., 2009.
2. Гусев Э.Б., Прокудин В.А., Салащенко А.Г. Основы выставочной деятельности: Учеб. пособие. М., 2003 .
3. Петелин В.Г. Основы менеджмента выставочной деятельности: учебник для вузов / В.Г. Петелин. М.: ЮНИТИ, 2005.
4. Стровский Л.Е. , Фролова Е.Д. , Стровский Д.Л. Основы выставочно- ярмарочной деятельности: Учеб. пособие. М.,2004.
5. Шарков И.Ф. Выставочный коммуникационный менеджмент (управление выставочными коммуникациями). М.: Альфа-Пресс, 2006.

28

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«РАЗРАБОТКА И ТЕХНОЛОГИЯ ПРОИЗВОДСТВА  
РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»**

**Код наименования направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификационная степень выпускника:** бакалавр

**Формы обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 3,4

**Цель освоения дисциплины:**

привить студентам необходимые знания в области разработки и технологии производства рекламного продукта, сформировать представление о специфике производства и передачи рекламных обращений, о разнообразии стиливых и изобразительных компонентов рекламы, творческих концепций рекламы; технологиях производства рекламной продукции; помочь овладеть навыками разработки рекламной продукции, отбора рекламных носителей.

**План курса:**

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1	Понятие и формула создания рекламного продукта	собеседование, опрос
2	Особенности рекламы отдельных видов товаров и услуг	собеседование, опрос, реферат
3	Методы позиционирования. Теория уникального торгового предложения	собеседование, опрос
4	Рекламный и художественный образы	собеседование, опрос
5	Технология исследования и создания рекламного образа	собеседование, опрос
6	Технологии разработки фирменного стиля	собеседование, опрос
7	Звуковые средства создания рекламного образа	собеседование, опрос
8	Технологии создания видеобраза	собеседование, опрос
9	Технология написания сценария рекламного видеоролика	собеседование, опрос
10	Средства полиграфии в рекламе	собеседование, опрос
11	Фотореклама: теория и практика	собеседование, опрос, тестирование
12	Приемы увеличения эффективности рекламного обращения	собеседование, опрос

**Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: экзамен

**Основная литература:**

1. Дизайн и рекламные технологии: Учебное пособие / О.Н. Ткаченко; Под ред. проф. Л.М. Дмитриевой. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 176 с.: 60x88 1/16. - (Бакалавриат). (обложка) ISBN 978-5-9776-0288-4, 200 экз <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=474525>
2. Костина, А.В. Основы рекламы: учебное пособие: для студентов высших учебных заведений, обучающихся по гуманитарным специальностям / А.В. Костина, Э.Ф. Макаревич, О.И. Карпухин. М.: Кнорус, 2010. - 399 с.
3. Невоструев П. Ю. Маркетинговые коммуникации: Учебно-практическое пособие М.: Евразийский открытый институт, 2011. - 199 с. (<http://www.biblioclub.ru/book/93160/>)
4. Прохоров А.В., Зелепукина Н.А., Новикова М.В. Разработка и технологии производства рекламного продукта. Тамбов, 2010.
5. Чумиков А.Н. Коммуникационные кампании. М.: Аспект-Пресс, 2014. - 411 с.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ФИТНЕС»

(элективные дисциплины (модули) по физической культуре и спорту)

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная, заочная

**Семестр:** 3,4,5,6,7

**Цель освоения дисциплины:**

Цель освоения дисциплины «Фитнес» раздела «Элективные дисциплины (модули) по физической культуре и спорту» – содействие формированию у обучающихся общекультурных компетенций путем овладения специальными знаниями, практическими умениями и навыками, обеспечивающими сохранение и укрепление здоровья и обеспечения должного уровня физической подготовленности занимающихся.

**План курса:**

<b>№ темы</b>	<b>Название раздела/темы</b>	<b>Формы текущего контроля</b>
	<b>Раздел 1 Атлетическая гимнастика</b>	
1.	Тема 1. Обучение и совершенствование техники выполнения упражнений ОФП на занятиях атлетической гимнастикой	Контрольные нормативы
2.	Тема 2. Совершенствование техники выполнения упражнений ОФП. Прикладное значение упражнений ОФП на занятиях атлетической гимнастикой	Контрольные нормативы
3.	Тема 3. Обучение и совершенствование техники выполнения упражнений атлетической гимнастики	Контрольные нормативы
4.	Тема 4. Совершенствование техники выполнения упражнений с использованием собственного веса	Контрольные нормативы
5.	Тема 5. Совершенствование техники выполнения упражнений с отягощениями	Контрольные нормативы
6.	Тема 6. Совершенствование техники выполнения упражнений атлетической гимнастики. Прикладное значение упражнений	Контрольные нормативы
	<b>Раздел 2 Оздоровительная аэробика</b>	
7.	Тема 7. Обучение и совершенствование техники выполнения упражнений ОФП на занятиях оздоровительной аэробикой	Контрольные нормативы
8.	Тема 8. Совершенствование техники выполнения упражнений ОФП. Прикладное значение упражнений ОФП на занятиях оздоровительной аэробикой	Контрольные нормативы
9.	Тема 9. Обучение и совершенствование техники выполнения элементов оздоровительной аэробики	Контрольные нормативы
10.	Тема 10. Техника основных шагов в оздоровительной аэробике	Контрольные нормативы
11.	Тема 11. Обучение и совершенствование техники выполнения элементов фитнес-аэробики	Контрольные нормативы
12.	Тема. 12 Модификации основных и базовых «шагов»и элементов фитнес-аэробики	

**Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: зачет

**Основная литература:**

1.Ашмарин Б.А. Обучение физическим упражнениям. Теория и методика физического

воспитания. М.: Просвещение, 1990. – С. 30 – 118.

2. Платонова Я. В., Сырова С. В.. Силовые упражнения как средство повышения двигательной активности девушек-студенток. Учебно-методическое пособие для студентов высших учебных заведений Российской Федерации. Тамбов: Изд-ий Дом ТГУ имени Г.Р. Державина, 2017. 5.41 п.л. С. 93.

3. Яковлев В.Н. Атлетическая гимнастика для студентов 1-2 курсов нефизкультурных специальностей, обучающихся по программе бакалавра: Учебное пособие – Издательский дом ТГУ им. Г.Р.Державина, 2013, 89 с.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «СПОРТИВНЫЕ ИГРЫ»**

**(элективные дисциплины (модули) по физической культуре и спорту)**

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная, заочная

**Семестр:** 3,4,5,6,7

### **Цель освоения дисциплины:**

Цель освоения дисциплины «Спортивные игры» раздела «Элективные дисциплины (модули) по физической культуре и спорту» – содействие формированию у обучающихся общекультурных компетенций путем овладения специальными знаниями, практическими умениями и навыками, обеспечивающими сохранение и укрепление здоровья и обеспечения должного уровня физической подготовленности занимающихся.

### **План курса:**

<b>№ темы</b>	<b>Название раздела/темы</b>	<b>Формы текущего контроля</b>
	<b>Раздел 1 Настольный теннис</b>	
1.	Тема 1. Обучение и совершенствование техники выполнения упражнений ОФП спортивной игры «Настольный теннис»	Контрольные нормативы
2.	Тема 2. Совершенствование техники выполнения упражнений ОФП. Прикладное значение упражнений ОФП спортивной игры «Настольный теннис»	Контрольные нормативы
3.	Тема 3. Обучение и совершенствование техники выполнения элементов настольного тенниса.	Контрольные нормативы
4.	Тема 4. Основы техники и тактики игры	Контрольные нормативы
5.	Тема 5. Обучение и совершенствование техники выполнения элементов настольного тенниса	Контрольные нормативы
6.	Тема 6. Совершенствование техники выполнения элементов настольного тенниса	Контрольные нормативы
	<b>Раздел 2 Волейбол</b>	
7.	Тема 7. Совершенствование техники выполнения упражнений ОФП спортивной игры «Волейбол»	Контрольные нормативы
8.	Тема 8. Совершенствование техники выполнения упражнений ОФП спортивной игры «Волейбол»	Контрольные нормативы
9.	Тема 9. Обучение и совершенствование техники	Контрольные нормативы

	выполнения различных элементов спортивной игры «Волейбол»	
10.	Тема 10. Обучение и совершенствование техники выполнения различных элементов спортивной игры «Волейбол»	Контрольные нормативы
11.	Тема 11. Совершенствование техники выполнения элементам, спортивной игры «Волейбол». Прикладное значение спортивных игр	Контрольные нормативы
12.	Тема. 12. Совершенствование техники и тактики спортивной игры «Волейбол»	Контрольные нормативы
	<b>Раздел 3 Футбол</b>	
13.	Тема 13 Обучение и совершенствование техники выполнения упражнений ОФП спортивной игры «Футбол»	Контрольные нормативы
14.	Тема 14 Совершенствование техники выполнения упражнений ОФП. Прикладное значение упражнений ОФП спортивной игры «Футбол»	Контрольные нормативы
15.	Тема 15 Общая характеристика спортивной игры «Футбол»	Контрольные нормативы
16.	Тема 16 Обучение и совершенствование техники выполнения различных элементов спортивной игры «Футбол»	Контрольные нормативы
17.	Тема 17 Обучение и совершенствование техники выполнения элементов спортивной игры «Футбол»	Контрольные нормативы
18.	Тема 18 Совершенствование техники и тактики спортивной игры «Футбол»	Контрольные нормативы

**Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: зачет

**Основная литература:**

1. Витун, В.Г. Силовая подготовка студентов в процессе высшего образования [Электронный ресурс]: учеб. пособие / В.Г. Витун, М.И. Кабышева. Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2014. – 110 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/33655.html>. - ЭБС «IPRbooks».

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА»**

**Код наименования направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификационная степень выпускника:** бакалавр

**Формы обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 5

**Цель освоения дисциплины:**

формирование базовых знаний и навыков использования социальных сетей и социальных медиа в продвижении и сопровождении цифрового личного, гражданского или бизнес-



проекта на платформе социальных медиа, построении стратегии присутствия в социальных сетях личности, компании, бренда.

**План курса:**

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1	Понятие SMM-технологий. Роль SMM-технологий при продвижении компании в сети Интернет.	собеседование, опрос, реферат
2	Среды реализации SMM-технологий.	собеседование, опрос
3	Основы планирования SMM-технологий в социальных сетях и блогосфере.	собеседование, опрос
4	Методики контроля эффективности реализации SMM- программ и SMM-технологий.	собеседование, опрос
5	Улучшение узнаваемости бренда при помощи SMM-технологий	собеседование, опрос, тестирование

**Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: экзамен

**Основная литература:**

1. Васильев, Г. А. Электронный бизнес и реклама в Интернете : учеб. пособие / Г. А. Васильев, Д. А. Забегалин. - М.: ЮНИТИДАНА, 2012. - 183 с.
2. Алашкин, П. Всё о рекламе и продвижении в Интернете [Электронный ресурс] / Павел Алашкин. - М.: Альпина Паблишер, 2014. - 220 с

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ»**

**Код наименования направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификационная степень выпускника:** бакалавр

**Формы обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 3

**Цель освоения дисциплины:**

выработка комплексного подхода по вопросам бренд-менеджмента, а также формировании системных знаний и умений в области организации бренд-менеджмента компаний; изучение студентами особенностей продвижения и управления торговой марки (бренда) на основе внедрения в сознание потребителей элементов системы образа бренда, коррекции системы образа бренда и создания коммуникационного поля бренда.

**План курса:**

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1	Современные концепции брендинга и бренд-менеджмента	собеседование, опрос
2	Типы брендов. Портфель брендов компании, архитектура и роли брендов	собеседование, опрос
3	Разработка платформы бренда	собеседование, опрос

4	Разработка системы идентификаторов бренда	собеседование, опрос
5	Формирование имиджевых стратегий	собеседование, опрос
6	Современный тайм-менеджмент	собеседование, опрос

**Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: зачет

**Основная литература:**

1. Домнин В.Н. Брендинг: новые технологии в России / В.Н. Домнин; СПб.: Питер, 2012.
  2. Прохоров А.В., Пядышева Т.Г. Теория и практика рекламной и PR-деятельности. – учебное пособие. – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р.Державина. 2017.
- Прохоров А.В., Пядышева Т.Г., Маликова Т.Г. Связи с общественностью в различных сферах –

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«ТЕХНОЛОГИЯ НАПИСАНИЯ РЕКЛАМНЫХ И PR-ТЕКСТОВ»**

**Код наименования направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификационная степень выпускника:** бакалавр

**Формы обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 1,2

**Цель освоения дисциплины:**

изучение студентами технологии написания рекламных текстов и PR-текстов, а также выработки практических навыков; обучение основным правилам работы с рекламным текстом; развитие способности правильно использовать тропы и фигуры речи; формирование способности оптимального выбора языковых средств в соответствии с целью высказывания.

**План курса:**

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1	Творческая платформа и концепция рекламы	собеседование, опрос, реферат
2	Копирайтинг: основные понятия, специфика профессиональной деятельности	собеседование, опрос
3	Нейминг, технологии создания имени продукта	собеседование, опрос
4	Разновидности макетов печатной рекламы	собеседование, опрос
5	Рекламный текст. Элемент рекламного текста	собеседование, опрос
6	Слоган, подзаголовок, подпись к рисунку, эхо-фраза	собеседование, опрос
7	Основной текст рекламного объявления	собеседование, опрос
8	Базовые тексты в связях с общественностью	собеседование, опрос
9	Медиарилейшнз	собеседование, опрос, тестирование

**Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: экзамен

**Основная литература:**

1. Прохоров А.В., Пядышева Т.Г. Теория и практика рекламной и ПР-деятельности. – учебное пособие. – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р.Державина. 2017.
2. Прохоров А.В., Пядышева Т.Г., Маликова Т.Г. Технология написания рекламных и ПР-текстов. Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р.Державина. 2016.
3. Прохоров А.В., Пядышева Т.Г., Маликова Т.Г. Связи с общественностью в различных сферах – учебное пособие. – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р.Державина. 2015.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ РЕКЛАМНОГО АГЕНТСТВА  
И ПРЕСС-СЛУЖБЫ»**

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 7,8

**Цель освоения дисциплины:**

формирование представлений о понятийном аппарате данной дисциплины, принципах и закономерностях функционирования сферы связей с общественностью, изучаются особенности реализации современных ПР-проектов и программ, их учет при принятии управленческих отношений; подготовка специалиста, владеющего основополагающими знаниями в области задач, предъявляемых рынком к современным отделам по связям с общественностью и рекламным отделам.

**План курса:**

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Понятие организации	собеседование, опрос
2.	Теоретические основы исследования современных организаций	собеседование, опрос
3.	Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью	собеседование, опрос
4.	Базовые документы по рекламе и ПР	блиц-опрос / тестирование
5.	Функциональная структура и основные направления деятельности отдела рекламы и связей с общественностью	собеседование, опрос, реферат
6.	Регламентация работы ПР-отдела	собеседование, опрос
7.	Связи с общественностью в государственных структурах	собеседование, опрос
8.	Связи с общественностью в некоммерческих организациях	собеседование, опрос
9.	Модели взаимодействия с заказчиком услуг	собеседование, опрос
10.	Взаимодействия с журналистами	собеседование, опрос
11.	Параметры оценки результативности ПР-кампании	собеседование, опрос
12.	Основные организационные структуры в	собеседование, опрос

	связях с общественностью	
13.	Технологический цикл	собеседование, опрос
14.	Дифференциация рекламных и ПР – подразделений в рекламном агентстве	собеседование, опрос
15.	Реклама и медиапланирование	собеседование, опрос
16.	Особенности деятельности рекламного агентства в системе маркетинга	собеседование, опрос
17.	Рекламная деятельность и формирование имиджевых стратегий	собеседование, опрос, тестирование
18.	Современный тайм-менеджмент	собеседование, опрос

**Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: зачет, экзамен

**Основная литература:**

1. Прохоров А.В., Пядышева Т.Г. Теория и практика рекламной и ПР-деятельности. – учебное пособие. – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р.Державина. 2017.
2. Прохоров А.В., Пядышева Т.Г., Маликова Т.Г. Технология написания рекламных и ПР-текстов. Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р.Державина. 2016.
3. Прохоров А.В., Пядышева Т.Г., Маликова Т.Г. Связи с общественностью в различных сферах – учебное пособие. – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р.Державина. 2015.
4. Ромат Е., Сендеров Д. Реклама: учебник для вузов. 8-е изд. Стандарт третьего поколения. – СПб.: Питер, 2013. – 512 с.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ДЕЛОВОЙ СФЕРЕ»**

36

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 7

**Цель освоения дисциплины:**

является изучение теоретических вопросов и анализ практического опыта осуществления рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью в государственных и муниципальных органах власти на современном этапе развития российского государства, а также общественных и бизнес-организациях.

**План курса:**

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Связи с общественностью как коммуникационная деятельность по обеспечению государственных интересов	собеседование, опрос, реферат
2.	Принципы и последовательность планирования и реализации PR-кампаний	собеседование, опрос
3.	Социологические исследования для государственного PR-проекта	собеседование, опрос
4.	Разработка информационно-коммуникативной стратегии и рабочего плана	собеседование, опрос

5.	Подготовка проектной документации для государственного контракта в сфере связей с общественностью	собеседование, опрос
6.	Измерение эффективности PR-деятельности	собеседование, опрос
7.	Организационные структуры государственного PR	собеседование, опрос
8.	Инструментарий государственного PR	собеседование, опрос
9.	Виды PR-кампаний в государственных организациях	собеседование, опрос
10.	Особенности связей с общественностью в органах муниципальной власти	собеседование, опрос
11.	Связи с общественностью как демонстрация и реализация принципов открытости и доступности власти	собеседование, опрос, тестирование

**Формы промежуточной аттестации: экзамен**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: экзамен

**Основная литература:**

1. Гринберг, Т.Э. Политические технологии: PR и реклама / Т.Э. Гринберг. - М.: Аспект-Пресс, 2012. – 317 с.
2. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 329 с.
3. Политический консалтинг / Д.В. Ольшанский, В.Ф. Пеньков. – СПб.: Питер, 2005. – 448 с.
4. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учебное пособие / А.Н. Чумаков. - М.: Аспект-Пресс, 2014. – 159 с.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ  
В ГОСУДАРСТВЕННЫХ, ОБЩЕСТВЕННЫХ И БИЗНЕС-ОРГАНИЗАЦИЯХ»**

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 7

**Цель освоения дисциплины:**

изучение теоретических вопросов и анализ практического опыта осуществления рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью в государственных и муниципальных органах власти на современном этапе развития российского государства, а также общественных и бизнес-организациях.

**План курса:**

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Связи с общественностью как коммуникационная деятельность по обеспечению государственных интересов	собеседование, опрос, реферат
2.	Принципы и последовательность планирования и реализации PR-кампаний	собеседование, опрос

3.	Социологические исследования для государственного PR-проекта	собеседование, опрос
4.	Разработка информационно-коммуникативной стратегии и рабочего плана	собеседование, опрос
5.	Подготовка проектной документации для государственного контракта в сфере связей с общественностью	собеседование, опрос
6.	Измерение эффективности PR-деятельности	собеседование, опрос
7.	Организационные структуры государственного PR	собеседование, опрос
8.	Инструментарий государственного PR	собеседование, опрос
9.	Виды PR-кампаний в государственных организациях	собеседование, опрос
10.	Особенности связей с общественностью в органах муниципальной власти	собеседование, опрос
11.	Связи с общественностью как демонстрация и реализация принципов открытости и доступности власти	собеседование, опрос, тестирование

**Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: экзамен

**Основная литература:**

1. Гринберг, Т.Э. Политические технологии: PR и реклама / Т.Э. Гринберг. - М.: Аспект-Пресс, 2012. – 317 с.
2. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 329 с.
3. Политический консалтинг / Д.В. Ольшанский, В.Ф. Пеньков. – СПб.: Питер, 2005. – 448 с.
4. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учебное пособие / А.Н. Чумаков. - М.: Аспект-Пресс, 2014. – 159 с.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ  
АДАПТАЦИОННОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ЛИЦ С ОВЗ  
«РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ  
В ГОСУДАРСТВЕННЫХ, ОБЩЕСТВЕННЫХ И БИЗНЕС-ОРГАНИЗАЦИЯХ»**

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 7

**Цель освоения дисциплины:**

изучение теоретических вопросов и анализ практического опыта осуществления рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью в государственных и муниципальных органах власти на современном этапе развития российского государства, а также общественных и бизнес-организациях.

**План курса:**

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1	Связи с общественностью как коммуникационная деятельность по обеспечению государственных интересов	собеседование, опрос, реферат
2	Принципы и последовательность планирования и реализации ПР-кампаний	собеседование, опрос
3	Социологические исследования для государственного ПР-проекта	собеседование, опрос
4	Разработка информационно-коммуникативной стратегии и рабочего плана	собеседование, опрос
5	Подготовка проектной документации для государственного контракта в сфере связей с общественностью	собеседование, опрос
6	Измерение эффективности ПР-деятельности	собеседование, опрос
7	Организационные структуры государственного ПР	собеседование, опрос
8	Инструментарий государственного ПР	собеседование, опрос
9	Виды ПР-кампаний в государственных организациях	собеседование, опрос
10	Особенности связей с общественностью в органах муниципальной власти	собеседование, опрос
11	Связи с общественностью как демонстрация и реализация принципов открытости и доступности власти	собеседование, опрос, тестирование

**Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: экзамен

**Основная литература:**

1. Гринберг, Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама / Т.Э. Гринберг. - М.: Аспект-Пресс, 2012. – 317 с.
2. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 329 с.
3. Политический консалтинг / Д.В. Ольшанский, В.Ф. Пеньков. – СПб.: Питер, 2005. – 448 с.
4. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учебное пособие / А.Н. Чумаков. - М.: Аспект-Пресс, 2014. – 159 с.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ»**

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 5

**Цель освоения дисциплины:**

изучение студентами теоретических основ интернет-технологий, позволяющих грамотно

ориентироваться в вопросах организации рекламной и ПР-деятельности в сети Интернет. Получение студентами практических навыков разработки рекламного продукта, распространяемого через сеть Интернет, умение планировать и реализовывать рекламные и ПР-кампании в Интернет

**План курса:**

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Интернет как канал коммуникаций и инструмент рекламы и ПР	собеседование, опрос, реферат, эссе
2.	Сайт как объект и субъект рекламы. Доменное имя сайта.	собеседование, опрос
3.	Продвижение сайта в поисковых системах. Seo-копирайтинг.	собеседование, опрос
4.	Рекламные носители в сети Интернет	собеседование, опрос, тестирование
5.	Баннерная реклама	собеседование, опрос
6.	Рекламные и ПР-кампании в сети Интернет	собеседование, опрос

**Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: экзамен

**Основная литература:**

1. Прохоров А.В., Пядышева Т.Г. Теория и практика рекламной и ПР-деятельности. – учебное пособие. – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р.Державина. 2017.
2. Прохоров А.В., Пядышева Т.Г., Маликова Т.Г. Связи с общественностью в различных сферах – учебное пособие. – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р.Державина. 2015.
3. Ромат Е., Сендеров Д. Реклама: учебник для вузов. 8-е изд. Стандарт третьего поколения. – СПб.: Питер, 2013. – 512 с.
4. Холмогоров, В. Интернет-маркетинг [Текст] : Краткий курс / В. Холмогоров .— 2-е изд. — СПб : Питер, 2002 .— 271 с. — (Электронная коммерция) .— ISBN 5-318-00697-3 : 70.73.
5. Интернет-маркетинг [Текст] : учебник для акад. бакалавриата / Фин. ун-т при Правительстве РФ ; под общ. ред. О. Н. Романенковой .— М. : Юрайт, 2014 .— 288 с. : ил., табл. — (Бакалавр. Академический курс) .— ISBN 978-5-9916-4092-3.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«ЭТИКА РЕКЛАМЫ»**

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная, заочная

**Семестр:** 5

**Цель освоения дисциплины:**

подготовка специалистов, владеющих знаниями об этой профессии «Реклама и связи с общественностью», этике сферы бизнеса и рекламы, управленческой этике, типах партнерских отношений специалистов по связям с общественностью и умеющих их использовать в практической деятельности.

**План курса:**

№	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
---	-----------------------	-------------------------



темы		
1.	Природа и сущность деловой этики. Принципы деловой этики	собеседование, опрос, реферат
2.	Этика деятельности организаций	собеседование, опрос
3.	Профессиональные этические кодексы	собеседование, опрос
4.	Нравственные основания рекламной и PR деятельности в современном мире	собеседование, опрос
5.	Особенности профессиональной этики, место PR в системе профессиональной морали	собеседование, опрос, тестирование
6.	Этика и нравственные ограничения рекламы	собеседование, опрос

#### **Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: экзамен

#### **Основная литература:**

1. Профессиональная этика: учебное пособие для бакалавров / В.М. Артёмов и др.; отв. ред. В. М. Артёмов; МГЮА. - М.: Проспект, 2013. – 208. с. (20 экз.) [http://kleopatra.pnzgu.ru/cgi-bin/irbis64r\\_91/cgiirbis\\_64.exe?P21DBN=KATL&I21DBN=KATL\\_PRINT&S21FMT=fullw\\_print&C21COM=F&Z21MFN=15956](http://kleopatra.pnzgu.ru/cgi-bin/irbis64r_91/cgiirbis_64.exe?P21DBN=KATL&I21DBN=KATL_PRINT&S21FMT=fullw_print&C21COM=F&Z21MFN=15956)
2. Прохоров А.В., Пядышева Т.Г. Теория и практика рекламной и PR-деятельности. – учебное пособие. – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р.Державина. 2017.
3. Этика делового общения: Учебное пособие / И.С. Иванова. - 3-е изд., испр. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 168 с <http://znanium.com/bookread2.php?book=417747>
4. Этика: Учебное пособие / П.А. Егоров, В.Н. Руднев. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 158 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=425302>

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ АДАПТАЦИОННОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ЛИЦ С ОВЗ «ЭТИКА РЕКЛАМЫ»**

41

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная, заочная

**Семестр:** 5

#### **Цель освоения дисциплины:**

подготовка специалистов, владеющих знаниями об этой профессии «Реклама и связи с общественностью», этике сферы бизнеса и рекламы, управленческой этике, типах партнерских отношений специалистов по связям с общественностью и умеющих их использовать в практической деятельности.

#### **План курса:**

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
7.	Природа и сущность деловой этики. Принципы деловой этики	собеседование, опрос, реферат
8.	Этика деятельности организаций	собеседование, опрос
9.	Профессиональные этические кодексы	собеседование, опрос
10.	Нравственные основания рекламной и PR деятельности в современном мире	собеседование, опрос
11.	Особенности профессиональной этики, место	собеседование, опрос,

	PR в системе профессиональной морали	тестирование
12.	Этика и нравственные ограничения рекламы	собеседование, опрос

**Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: экзамен

**Основная литература:**

5. Профессиональная этика: учебное пособие для бакалавров / В.М. Артёмов и др.; отв. ред. В. М. Артёмов; МГЮА. - М.: Проспект, 2013. – 208. с. (20 экз.) [http://kleopatra.pnzgu.ru/cgi-bin/irbis64r\\_91/cgiirbis\\_64.exe?P21DBN=KATL&I21DBN=KATL\\_PRINT&S21FMT=fullw\\_print&C21COM=F&Z21MFN=15956](http://kleopatra.pnzgu.ru/cgi-bin/irbis64r_91/cgiirbis_64.exe?P21DBN=KATL&I21DBN=KATL_PRINT&S21FMT=fullw_print&C21COM=F&Z21MFN=15956)

6. Прохоров А.В., Пядышева Т.Г. Теория и практика рекламной и ПР-деятельности. – учебное пособие. – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р.Державина. 2017.

7. Этика делового общения: Учебное пособие / И.С. Иванова. - 3-е изд., испр. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 168 с <http://znanium.com/bookread2.php?book=417747>

8. Этика: Учебное пособие / П.А. Егоров, В.Н. Руднев. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 158 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=425302>

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ И СТРАНОВОЙ БРЕНДИНГ»**

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 7

**Цель освоения дисциплины:**

подготовка к научной деятельности в области маркетинговых исследований по отдельным разделам, этапам или заданиям в соответствии с утвержденными инновационными методиками; подготовка к проектной деятельности в области разработки и реализации проектов по формированию положительного образа территории; подготовка выпускников к организационно-управленческой деятельности в области брендинга территории, а также рекламы и связей с общественностью при составлении отчетной документации, соблюдении законодательства, существующих требований и нормативов, заключении договоров, разработки и реализации стратегий и тактик.

**План курса:**

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Понятие брендинга. Структура и разновидности бренда	собеседование, опрос, защита презентации
2.	Содержание и атрибуты бренда	собеседование, опрос, защита презентации
3.	Коммуникативные, семиотические и социально-психологические аспекты брендинга	собеседование, опрос, защита презентации
4.	Технологии брендинга территорий	собеседование, опрос, защита презентации
5.	Бренд-менеджмент и стратегии территорий	собеседование, опрос, защита презентации

**Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: экзамен

**Основная литература:**

1. Брендинг: Управление брендом: Учебное пособие / В.Л. Музыкант. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 316 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-369-01236-9, 500 экз. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=416049>
2. Кузьмина О.Г. Бренд-менеджмент: Учеб. пособие. — М.: РИОР: ИНФРА-М, 2017. — 176 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=563783>

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«БРЕНДИНГ ТЕРРИТОРИЙ»**

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 7

**Цель освоения дисциплины:**

подготовка к научной деятельности в области маркетинговых исследований по отдельным разделам, этапам или заданиям в соответствии с утвержденными инновационными методиками; подготовка к проектной деятельности в области разработки и реализации проектов по формированию положительного образа территории; подготовка выпускников к организационно-управленческой деятельности в области брендинга территории, а также рекламы и связей с общественностью при составлении отчетной документации, соблюдении законодательства, существующих требований и нормативов, заключении договоров, разработки и реализации стратегий и тактик.

**План курса:**

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Понятие брендинга. Структура и разновидности бренда	собеседование, опрос, защита презентации
2.	Содержание и атрибуты бренда	собеседование, опрос, защита презентации
3.	Коммуникативные, семиотические и социально-психологические аспекты брендинга	собеседование, опрос, защита презентации
4.	Технологии брендинга территорий	собеседование, опрос, защита презентации
5.	Бренд-менеджмент и стратегии территорий	собеседование, опрос, защита презентации

**Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: экзамен

**Основная литература:**

1. Брендинг: Управление брендом: Учебное пособие / В.Л. Музыкант. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 316 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-369-01236-9, 500 экз. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=416049>

2. Кузьмина О.Г. Бренд-менеджмент: Учеб. пособие. — М.: РИОР: ИНФРА-М, 2017. — 176 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=563783>

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ «ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА»

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 2

**Цель освоения дисциплины:**

получить первичные профессиональные умения и навыки: углубить и закрепить научно-теоретические знания обучающихся, выработать навыки научно-исследовательской и практической работы, ознакомиться с работой практиков в сфере рекламы и связей с общественностью.

**План курса:**

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Подготовительный этап. Инструктаж по технике безопасности и правилам внутреннего трудового распорядка. Составление рабочего плана (графика)	Собеседование
2.	Изучение работы организации / структуры, штата и опыта работы рекламного агентства, рекламно-маркетингового отдела организации / отдела по связям с общественностью	Отчет
3.	Выполнение заданий руководителей практики, направленных на формирование компетенций	Отчет
4.	Ведение и оформление дневника практики	Дневник практики
5.	Составление и оформление отчета по практике	Отчет
6.	Научно-практическая конференция по результатам практики	Доклад по отчету

**Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: зачет

**Основная литература:**

1. Прохоров А.В., Пядышева Т.Г. Теория и практика рекламной и ПР-деятельности. – учебное пособие. – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р.Державина. 2017.
2. Прохоров А.В., Пядышева Т.Г., Маликова Т.Г. Связи с общественностью в различных сферах – учебное пособие. – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р.Державина. 2015.
3. Ромат Е., Сендеров Д. Реклама: учебник для вузов. 8-е изд. Стандарт третьего поколения. – СПб.: Питер, 2013. – 512 с.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

## «ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА»

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 4,5,6

### Цель освоения дисциплины:

формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью; Производственная практика направлена на получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

### План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Подготовительный этап. Инструктаж по технике безопасности и правилам внутреннего трудового распорядка. Составление рабочего плана (графика)	Собеседование
2.	Практический этап, включающие в себя сбор и обработку информации: изучение сведений об основных направлениях деятельности организации, ее структуре; сведений о ситуации на рынке, тенденциях рынка, лидерах рынка, их рекламной политике, информацию о других активных субъектах рынка; информации о рекламных проектах организации, план рекламных мероприятий, медиаплан, бюджет.	Отчет
3.	Выполнение заданий руководителей практики, направленных на формирование компетенций	Отчет
4.	Ведение и оформление дневника практики	Дневник практики
5.	Составление и оформление отчета по практике	Отчет
6.	Научно-практическая конференция по результатам практики	Доклад по отчету

### Формы промежуточной аттестации:

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: экзамен

### Основная литература:

1. Прохоров А.В., Пядышева Т.Г. Теория и практика рекламной и ПР-деятельности. – учебное пособие. – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р.Державина. 2017.
2. Прохоров А.В., Пядышева Т.Г., Маликова Т.Г. Технология написания рекламных и ПР-текстов. Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р.Державина. 2016.
3. Прохоров А.В., Пядышева Т.Г., Маликова Т.Г. Связи с общественностью в различных сферах – учебное пособие. – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р.Державина. 2015.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ «ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА»

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 8

**Цель освоения дисциплины:**

формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью. Преддипломная практика является частью завершающего этапа обучения и предназначена для выполнения выпускной квалификационной работы.

**План курса:**

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Подготовительный этап. Инструктаж по технике безопасности и правилам внутреннего трудового распорядка. Составление рабочего плана (графика)	Собеседование
2.	Практический этап, включающие в себя сбор и обработку информации: изучение сведений об основных направлениях деятельности организации, ее структуре; сведений о ситуации на рынке, тенденциях рынка, лидерах рынка, их рекламной политике, информацию о других активных субъектах рынка; информации о рекламных проектах организации, план рекламных мероприятий, медиаплан, бюджет.	Отчет
3.	Выполнение исследований в рамках темы выпускной квалификационной работы	
4.	Сбор, обобщение и систематизация материалов для всех разделов ВКР	
5.	Выполнение заданий руководителей практики, направленных на формирование компетенций	Отчет
6.	Ведение и оформление дневника практики	Дневник практики
7.	Составление и оформление отчета по преддипломной практике	Отчет
8.	Научно-практическая конференция по результатам преддипломной практики	Доклад по отчету

**Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: зачет

**Основная литература:**

1. Прохоров А.В., Пядышева Т.Г. Теория и практика рекламной и ПР-деятельности. – учебное пособие. – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р.Державина. 2017.
2. Прохоров А.В., Пядышева Т.Г., Маликова Т.Г. Технология написания рекламных и ПР-текстов. Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р.Державина. 2016.
3. Прохоров А.В., Пядышева Т.Г., Маликова Т.Г. Связи с общественностью в различных сферах – учебное пособие. – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р.Державина. 2015.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

## «ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК»

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 1,2,3,4,5,6

### Цель освоения дисциплины:

формирование компетенций, позволяющих осуществлять коммуникацию на иностранном языке в устной и письменной формах для решения профессиональных и исследовательских задач и способность проявлять толерантность в ситуациях межкультурного общения.

### План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Тема 1. Установление контактов	Устный опрос, тестирование.
2.	Тема 2. Решение профессиональных проблем.	Устный опрос, тестирование.
3.	Тема 3. Работа. Как добиться успеха.	Устный опрос, тестирование.
4.	Тема 4. Личностные и профессиональные качества.	Устный опрос, тестирование.
5.	Тема 5. Профессиональные планы на будущее.	Устный опрос, тестирование.
6.	Тема 6. Глобальные проблемы.	Устный опрос, тестирование.
7.	Тема 7. Планы на будущее, ведение дневника и планирование дня.	Устный опрос, тестирование.
8.	Тема 8. Путешествия и достопримечательности.	Устный опрос, тестирование.
9.	Тема 9. Перемены	Устный опрос, тестирование.
10.	Тема 10. Развлекательные праздники, фестивали	Устный опрос, тестирование.
11.	Тема 11. Принимаем гостей, соблюдение норм вежливости	Устный опрос, тестирование.
12.	Тема 12. Карьерный рост.	Устный опрос, тестирование.
13.	Тема 13. Воспоминания.	Устный опрос, тестирование.
14.	Тема 14. Правильный выбор профессии.	Устный опрос, тестирование.
15.	Тема 15. Свободное время	Устный опрос, тестирование.
16.	Тема 16. Путешествие по миру.	Устный опрос, тестирование.
17.	Тема 17. Приглашение в гости.	Устный опрос, тестирование.
18.	Тема 18. Обучение	Устный опрос, тестирование.
19.	Тема 19. Межличностные контакты	Устный опрос, тестирование.
20.	Тема 20. Помощь людям.	Устный опрос, тестирование.
21.	Тема 21. Повествование о прошлых событиях. Суммирование текста	Устный опрос, тестирование.
22.	Тема 22. Компьютерные технологии	Устный опрос, тестирование, перевод
23.	Тема 23. Решение профессиональных проблем	Устный опрос, тестирование.
24.	Тема 24. Работа в команде	Устный опрос, тестирование.
25.	Перевод профессиональных текстов	Устный опрос, тестирование, перевод

### Формы промежуточной аттестации:

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: зачет

**Основная литература:**

1. Эклам, Р. Тотальный английский. Уровень В2 [Текст]: учебник / Р. Эклам, А. Крейс .— Харлоу ; Лонгман : Эссекс: Пирсон, 2008 .— 159с. + DVD.
2. Клэр, А. Тотальный английский. Уровень В2: рабочая тетрадь [Текст] / А. Клэр, Дж. Дж. Уилсон .— Харлоу ; Лонгман : Эссекс: Пирсон, 2007 .— 96 с. + CD.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«ДУХОВНО-ПРАВСТВЕННОЕ ВОСПИТАНИЕ»**

**Код и наименование направления подготовки, профиль:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» («Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах»)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная / заочная

**Семестр:** 2

**Цель освоения дисциплины:**

совершенствование способности к восприятию накопленной разными народами и, прежде всего, народа России, духовно-нравственной культуры; осознание того, что человеческое общество и конкретный индивид может благополучно существовать и развиваться, если стремится к нравственному самосовершенствованию, проявляет готовность к духовному саморазвитию; углубление и расширение представлений о том, что общечеловеческие ценности родились, хранятся и передаются от поколения к поколению через этнические, культурные, религиозные, семейные традиции, общенациональные и межнациональные отношения; осознание того, что духовно-нравственная культура современного человека является прямым наследником всей жизни и деятельности предков, она берет свои истоки в повседневной жизни, в народном эпосе, фольклорных праздниках, религиозных обрядах и др.; становление внутренних установок личности, ценностных ориентаций, убеждения в том, что отношение к члену общества определяется нравственным характером его поведения и деятельности, чувством любви к своей родине, уважения к народам, населяющим ее, их культуре и традициям.

**План курса:**

<b>№ темы</b>	<b>Название раздела/темы</b>	<b>Формы текущего контроля</b>
1	Духовный мир человека и духовная сфера жизни общества. Истоки и основы нравственности, морали, этики. Основные этические понятия	Выступление с рефератами, докладами, устный опрос.
2	Духовно-нравственные традиции в Буддизме, Иудаизме, Исламе.	Устный опрос, опрос обсуждение
3	Декалог: нравственная направленность десяти заповедей	Устный опрос, анализ и решение конкретных ситуаций и задач.
4	Библия как историко-культурный памятник.	Устный опрос, выполнение письменных работ
5	Евангельская история	Устный опрос, выполнение письменных работ
6	Нагорная проповедь как основа нравственного учения христианства	Устный опрос, выполнение письменных работ
7	Православие в истории и культуре России	Устный опрос, выполнение письменных работ, кейс-стади



8	Нравственные идеалы в отечественной истории и культуре	Устный опрос, выполнение письменных работ, кейс-стади
9	Память о народном и воинском подвиге в российской истории и культуре	Устный опрос, выполнение письменных работ, кейс-стади
10	Философы-моралисты: Эпикур, Кант, Ницше, Л.Н.Толстой, А.Швейцер.	Устный опрос, выполнение письменных работ, кейс-стади
11	Религия и культура в современном мире	Устный опрос, выполнение письменных работ, кейс
12	Милосердие. Традиции благотворительности и социального служения в России	Устный опрос, выполнение письменных работ, кейс
13	Семья: история института и современное состояние. Семья в российской культурно-исторической традиции. Проблема ювенальной юстиции	Устный опрос, выполнение письменных работ, кейс
14	Права человека и достоинство человека. Проблема смертной казни и эвтаназии	Устный опрос, выполнение письменных работ, кейс

**Формы промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: зачет

**Основная литература:**

1. Анурин, В.Ф. Религия как фактор социальной интеграции // Социологические исследования . – 2013 . – № 1 . – С. 135-146.
2. Медведев, Н.В. Феноменология религии: учеб.-метод. пособие. – Тамбов : [Издат. дом ТГУ им. Г.Р.Державина], 2012 . – 71 с.
3. Павловский, В. П. Религиоведение: учебник / В. П. Павловский, Н. Д. Эриашвили, А. В. Щеглов . – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013 . – 351 с.