

Направление “РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ”

Аннотации к дисциплинам

Б1.О.01 Иностранный язык

Программа курса иностранного языка носит коммуникативно-ориентированный характер. Цель курса - приобретение общей, коммуникативной и профессиональной компетенции. Коммуникативная компетенция включает лингвистический, социокультурный и прагматический компоненты. Соответственно, надо уметь соотносить языковые средства с конкретными сферами, ситуациями, условиями и задачами общения. Достижение профессиональных целей предполагает расширение кругозора студентов, повышение уровня специального образования, а также культуры мышления, общения и речи.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Дисциплина связана со всеми дисциплинами профессионального цикла.

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Для поступления к изучению этой программы, студент должен владеть уровнем B-1 (intermediate level): студент должен понимать основные мысли услышанного, сформулированные ясно и с соблюдением литературной нормы, понимать тексты на повседневные темы, с достаточно употребительными словами и грамматическими конструкциями, без подготовки участвовать в диалогах на разные темы (семья, свободное время, работа, путешествия, разные новости), рассказывать о своих впечатлениях, планах, используя несложные фразы.

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 576; Кредиты – 16;

Курс рассчитан на 4 семестра. Форма контроля – экзамен, экзамен, экзамен, экзамен.

Б1.О.02 История

Программа курса «История» содержит перечень проблем отечественной истории, рассматриваемых в ходе изучения студентами I курса (бакалавриат). Курс рассчитан на рассмотрение системы истории на лекционных занятиях, обсуждение важнейших тем на семинарах, также предполагает самостоятельную работу студентов над рефератами по заданным темам.

На лекциях предполагается изложение теоретических основ, рассмотрение системы исторического развития, достижений и неудач, причинно-следственных факторов. Развитие системы исторического мышления в рамках коллоквиумов. Система оценки знаний истории будет проводиться через подготовку к промежуточным контрольным которые будут проводиться в виде тестов. Самостоятельная работа над тестами, проверочные занятия проводятся перед каждой промежуточной контрольной работой. В ходе подготовки к защите рефератов студенты осваивают и закрепляют базовые знания по заинтересовавшим их темам, используют базовую и дополнительную литературу.

В самостоятельную работу студентов входит освоение части материала, предназначенной для самостоятельного изучения, выполнение домашних заданий в процессе подготовки к коллоквиумам, к промежуточным формам контроля и рефератам.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Дисциплина связана с дисциплиной “Искусство и литература” (по России), а также “История возникновения и развития рекламы” (по России).

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для

прохождения дисциплины:

Для прохождения данной дисциплины студент должен иметь знания по Истории в объёме программы средней школы.

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 108; Кредиты – 3;

Форма контроля – экзамен.

Б1.О.03 Экономика

Программа курса “Экономика” содержит перечень проблем, рассматриваемых в ходе изучения экономики студентами специальности «Реклама».

На лекциях предполагается изложение теоретических основ экономики, а в рамках практических занятий запланировано решение задач, проведение перекрестного опроса, промежуточного тестирования, а также ответы на контрольные вопросы. В ходе подготовки к практическим занятиям студенты осваивают и закрепляют базовые понятия по основной литературе, а также по заинтересовавшим их темам – по дополнительной.

В процессе изучения курса предполагается написание студентами контрольных работ, докладов и т.д.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Дисциплина связана с дисциплинами “Политическая экономика”, “Основы менеджмента”, “Основы маркетинга”.

Требования к исходным уровням знаний и умений студентов:

Приступая к изучению данного курса, студенты должны обладать знаниями и умениями в области экономики и математики в рамках среднего общего образования.

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 144; Кредиты – 4;

Форма контроля – экзамен.

Б1.О.04 Социология

В программе курса “Социология” раскрываются наиболее важные категории современной социологической науки. Анализируются основные проявления социального взаимодействия и их влияние на общественное развитие.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Связана с дисциплинами “Социологические исследования в рекламе и СО” и “Психология рекламной деятельности”.

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Приступая к изучению данного курса, студенты должны обладать знаниями и умениями в области обществознания, философии, психологии.

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 144; Кредиты – 4;

Форма контроля – зачет.

Б1.О.05 Философия

Курс даёт студентам понимание философии как особой формы духовной культуры,

знание о её месте и роли в обществе, о процессе становления философии, о её основных актуальных проблемах; представление о структуре научного познания, взаимоотношении философии с теоретическим уровнем изучаемой ими научной специальности, о месте человека в мире, а также объяснение роли философии в общественных отношениях, что должно способствовать формированию у студентов определённой мировоззренческой позиции, сказывающейся на усвоенных ими философских позициях.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Предмет и специфика философии тесно связаны со всеми философскими дисциплинами. Исследование любой философской проблемы имплицитно предполагает понимание специфики философского знания. Данная дисциплина особенно тесно связана с историей философии, ибо все существующие философии являются эмпирическим материалом для исследователя природы и особенностей философского знания.

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Для прохождения данной дисциплины студент должен иметь знания по гуманитарным, естественнонаучным, математическим наукам в объёме программы средней школы, уметь грамотно излагать свои мысли на языке обучения и на государственном языке Республики Армения, понимать на разговорном уровне и уметь читать и писать на одном из иностранных языков.

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 108; Кредиты – 3;

Форма контроля – экзамен.

Б1.О.06 Психология

В учебном курсе излагаются основные понятия, используемые в психологии, выявляются основы протекания психологических процессов у человека, представляется анализ индивидуальных особенностей человека, раскрываются закономерности развития и формирования личности человека.

В учебном курсе дается краткий исторический обзор психологического знания, рассматривается эволюционное развитие психики, а также изучаются все познавательные психические процессы: ощущение, восприятие, внимание, представление, память, мышление, воображение; рассматриваются основные проблемы педагогической деятельности. Содержание учебно-методического комплекса по дисциплине подготовлено в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта, рекомендациями Министерства образования и науки России и Армении о современных достижениях психологической и педагогической наук и является составным элементом гуманитарного образования. Знание основ психологии и педагогики необходимы для многих видов практической-управленческой, преподавательской, исследовательской и общественно-политической деятельности.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Дисциплина взаимосвязана с входящими в структуру учебного плана теми дисциплинами, которые умеют социальную и педагогическую направленность.

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Знания о психологии, как науке, основные знания о прикладном характере

психологии в общественных сферах.

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 72; Кредиты – 2;

Форма контроля – зачет.

Б1.Б.07 Математика и статистика

Курс Математика и статистика включает такие разделы математики, как элементы линейной алгебры, понятие множества, матрицы, решение систем линейных уравнений; элементы аналитической геометрии на плоскости такие, как линии первого порядка, векторы и действия над ними; элементы математического анализа такие, как понятия предела последовательностей и функций одной переменной, понятие производной функции, неопределенном и определенном интеграле. В данный курс включены также элементы комбинаторики и элементы математической статистики, дается представление о случайных величинах, законах их распределения и числовых характеристиках.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Дисциплина связана с дисциплинами “Основы маркетинга”, “Маркетинговые исследования и ситуационный анализ”.

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Для прохождения данной дисциплины студент должен иметь знания по математическим наукам в объеме программы средней школы.

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 144; Кредиты – 4;

Курс рассчитан на 2 семестра; Форма контроля – зачет, зачет.

Б1.Б.08 Компьютерные технологии и информатика

Целью настоящего курса дисциплины «Компьютерные технологии и информатика» является формирование и развитие у будущих специалистов рекламы и пиара умений и навыков использования современных информационных технологий. Программа курса дает общие сведения о применении компьютерных и информационных технологий в рекламной деятельности и рекламных исследованиях, обучает студентов умению постановки и решения задач математической логики, а также сбора необходимого состава информации для решения алгоритмов.

Программа курса предполагает развитие интеллектуальных способностей студентов, которые выражаются в умениях рассуждать, доказывать, ставить задачи, а также подбирать и обосновывать алгоритмы их решения.

Одной из основных задач курса является приобщение студентов к использованию возможностей новых информационных технологий, привитие им необходимых навыков и вкуса к работе с современными деловыми программами и подготовка к применению справочных информационных систем в любой сфере деятельности. Основные задачи курса «Компьютерные технологии и информатика» - это изучение информационного инструментария для использования в работе будущих специалистов, знать особенности применения глобальных вычислительных сетей в рекламе.

Программа дисциплины представляет определенное отражение современного состояния информатики как науки и информационной индустрии, в том числе отражение современного состояния персональных компьютеров и возможностей сети Интернет, как базы для развития современной информационной индустрии.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Дисциплина будет преподаваться во взаимосвязи с такими дисциплинами как “Современные информационные технологии в рекламе и СО”, “Основы информационной безопасности”, “Современные технологии рекламы и СО”.

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Для прохождения данной дисциплины студент должен иметь знания по информатике в объеме программы средней школы.

Трудоёмкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоёмкость дисциплины в академических часах – 144; Кредиты – 4;
Курс рассчитан на 2 семестра; Форма контроля – зачет, зачет.

Б1.О.09 Основы теории коммуникаций

В рамках учебной дисциплины «Основы теории коммуникации» рассматривается широкий спектр подходов к определению понятия коммуникации. Особое внимание уделяется изучению составных частей процесса коммуникации, в частности, средствам массовой информации, подробный анализ которых позволяет определить их значимость как носителей рекламной информации и их новые социальные функции, которые они в связи с этим приобретают. В ходе изучения современных тенденций массово-коммуникационных процессов рассматриваются актуальные проблемы современного информационного общества.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Междисциплинарность курса, согласно обозначенной цели выражается в устойчивой взаимосвязи со следующими курсами базовой части учебного плана подготовки бакалавра по направлению «Реклама и связи с общественностью»: “Теория и практика массовой информации”, “Основы интегрированных коммуникаций рекламы и СО” и т.д.

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Для изучения данной дисциплины студентам необходимо овладение следующими областями научного знания: Философия, История России и Армении, Русский язык профессионального общения, Психология, Основы менеджмента, Основы маркетинга.

Трудоёмкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоёмкость дисциплины в академических часах – 72; Кредиты – 2;
Форма контроля – зачет.

Б1.О.10 Психология рекламной деятельности

Курс «Психология рекламной деятельности» предусматривает знание студентами специфики маркетинговой и рекламной деятельности коммерческой фирмы, а также основ рекламного менеджмента, социальной психологии личности и коллектива, социологии организации.

Уделяется внимание процессам восприятия, переработки рекламной информации и формирования покупательского поведения под влиянием рекламной кампании, психологическим задачам рекламы, рассматриваются основные психологические концепции рекламы, технологии и процедуры взаимодействия в системе “реклама-потребитель”, психологические особенности создания профессиональной рекламы.

Минимальными требованиями к данной дисциплине являются: умение осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Дисциплина «Психология рекламной деятельности» является одной из

основополагающих дисциплин, формирующих навыки понимания психологических аспектов развития рекламных процессов.

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Данная дисциплина базируется на знаниях, полученных студентами при изучении таких дисциплин, как «Основы теории коммуникации», «Реклама и СО в политики и технологии управления общественным мнением».

Трудоёмкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоёмкость дисциплины в академических часах – 360; Кредиты – 10;

Курс рассчитан на 2 семестра; Форма контроля – экзамен, экзамен.

Б1.О.11 Теория и практика массовой информации

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций: владением знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, коммуникационных агентствах.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен знать виды, формы, средства и методы массовой информации в обществе; уметь использовать знание теории массовой информации в профессиональной деятельности; владеть традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Указанные связи дисциплины «Теория и практика массовой информации» дают студенту системное представление о комплексе изучаемых дисциплин в соответствии с Государственным образовательным стандартом, что обеспечивает соответствующий теоретический уровень и практическую направленность в системе обучения и будущей деятельности выпускника.

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Базовой основой для изучения курса являются дисциплины, освоенные студентами на ранних курсах такие как: «История возникновения и развития рекламы и СО», «Основы интегрированных коммуникаций в рекламе и СО», «Основы теории коммуникации».

Трудоёмкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоёмкость дисциплины в академических часах – 144; Кредиты – 4;

Форма контроля – зачет.

Б1.О.12 Основы интегрированных коммуникаций рекламы и СО

Дисциплина «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)» направлена на формирование у студентов целостного представления о профессиональной деятельности специалиста в сфере коммуникаций, обеспечивающего успешность организации в коммуникационном пространстве. А именно, знания, полученные в процессе освоения данной дисциплины, позволяют показать, место и роль рекламы, связей с общественностью в интегрированных коммуникациях.

Целями освоения учебной дисциплины являются: дать возможность студентам освоить основные теоретические положения, а также приобрести практические навыки в области рекламы и связей с общественностью как составных частей интегрированных коммуникаций; показать особенности работы специалистов рекламы и связей с общественностью в государственных, социальных, политических структурах, понимать

специфику связей с общественностью в международной сфере, с местным сообществом, с представителями средств массовой информации; создать условия для освоения основных принципов комплекса коммуникативных технологий.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Полученные знания, умения и навыки в процессе изучения могут быть использованы студентами в процессе прохождения преддипломной практики, а также в процессе освоения дисциплин «Организация работы отделов рекламы и СО», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Разработка и производство рекламного продукта».

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Базовой основой для изучения курса являются дисциплины, освоенные студентами на ранних курсах такие как: «Основы маркетинга», «Современные информационные технологии рекламы и СО», «Основы теории коммуникаций».

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 360; Кредиты –10;

Курс рассчитан на два семестра. Форма контроля – зачет, экзамен.

Б1.О.13 Основы менеджмента

Дисциплина «Основы менеджмента» является базовой при дальнейшем изучении цикла управленческих дисциплин. Основными целями курса является формирование научных представлений о предмете через систематическое изложение основных понятий, процессов и закономерностей теории и практики менеджмента. В рамках курса кратко рассматривается история становления менеджмента как науки, изучаются основные категории. Дается представление о структуре организации и процессе управления, о проблематике постановки цели и методах принятия оптимального решения по ее реализации. Важное место уделяется характеристике основных функций управления и комплексному применению принципов управления при реализации общих и частных целей. Курс в основном базируется на понимании классических и теоретических особенностей и правил в области управления.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Изучение данной дисциплины неотрывно связано с таким комплексом модулей в структуре ООП бакалавриата как: “Экономика”, “История”, “Социология”, “Психология”, “Маркетинг”.

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

знать основы управленческой организационной и маркетинговой деятельности; уметь использовать приемы и методы научно-исследовательского анализа и ситуационного менеджмента, самостоятельно формулировать миссию предприятия и ставить обоснованные стратегические и тактические цели; владеть научным представлением об управлении, имеющим конкретное практическое содержание.

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 180; Кредиты – 5;

Курс рассчитан на 2 семестра. Форма контроля – зачет, экзамен.

Б1.О.14 Основы маркетинга

Цель курса — дать представление о маркетинге как о современной деловой философии, с одной стороны, и практической деятельности фирмы в условиях

современных рынков — с другой; сформировать у студентов четкое представление о маркетинге как о концепции внутрифирменного управления и целостной системе организации предпринимательской деятельности, направленной на решение задач фирмы (предприятия) по организации производства и предложения на рынке товаров и услуг, в наибольшей степени удовлетворяющих потребности активных и потенциальных покупателей

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Полученные знания, умения и навыки в процессе изучения могут быть использованы студентами в процессе прохождения преддипломной практики, а также в процессе освоения дисциплин «Организация работы отделов рекламы и СО», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Разработка и производство рекламного продукта», «Основы интегрированных коммуникаций рекламы и СО».

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Базовой основой для изучения курса являются дисциплины, освоенные студентами на ранних курсах такие как: «Экономики», «Математика и статистика».

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 144; Кредиты – 4;
Курс рассчитан на 2 семестра. Форма контроля – экзамен, экзамен.

Б1.О.15 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

Дисциплина «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» включена в базовую часть профессионального цикла. В ходе изучения данной дисциплины студенты должны уметь создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивать внутреннюю и внешнюю коммуникации, в том числе и с государственными службами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Перечень дисциплин, усвоение которых студентами необходимо для изучения дисциплины это: Основы маркетинга, Основы менеджмента, Социологические исследования в рекламе и СО.

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 72; Кредиты – 2;
Форма контроля – экзамен.

Б1.О.16 Маркетинговые исследования и ситуационный анализ

Дисциплина включена в базовую часть профессионального цикла. Формирование рыночных экономических отношений требует подготовки квалифицированных специалистов, обладающих новыми знаниями и умениями, владеющих современным аппаратом для решения принципиально новых задач.

Цель курса – формирование у будущих специалистов прочных теоретических знаний в области проведения маркетинговых исследований в связях с общественностью, и в соответствии с указанной целью структура дисциплины основана на изучении теоретических основ и формирования практических навыков проведения маркетинговых исследований.

Важное значение при изучение курса уделяется изучению таких тем курса как структура и тенденции международного и армянского рынка услуг в сфере связей с

общественностью; методов тарификации; методов стимулирования сбыта на рынке услуг;; определению факторов ценообразования на рынке услуг; анализу деятельности ведущих агентств в области связей с общественностью в Армении и за рубежом; анализу источников информации о рынке связей с общественностью: мониторинг профессиональной периодики, системы Интернет, форумы, выставки, семинары.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Взаимосвязано с такими дисциплинами как дисциплины «Организация работы отделов рекламы и СО», «Основы маркетинга».

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Базовой основой для изучения курса являются дисциплины, освоенные студентами на ранних курсах такие как: «Основы маркетинга», «Социология», «Математика и статистика», «Социологические исследования в рекламе и СО».

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 144; Кредиты – 4;
Форма контроля – экзамен.

Б1.О.17 Социологические исследования в рекламе и СО

В современном мире институт рекламы является одним из доминирующих механизмов воздействия на массовое сознание, служит каналом трансляции культурных норм и ценностей. Развитие рекламного бизнеса в Армении вызвало потребность в специалистах рекламного дела, социологических методах обеспечения этой деятельности и в формировании системного комплекса знаний, навыков и умений по данному направлению, что инициировало возникновение новых учебных курсов по рекламе.

Целью курса является изучение методов социологического исследования в рекламной деятельности в целях определения меры её воздействия на массовое сознание, социальных факторов восприятия рекламы, анализа института рекламы как особого канала коммуникации и механизм конструирования социальной реальности в современном обществе.

Главная задача - социологическое обеспечение рекламных кампаний, анализ и прогнозирование эффективности рекламной деятельности.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Полученные знания, умения и навыки в процессе изучения могут быть использованы студентами в процессе прохождения преддипломной практики, а также в процессе освоения дисциплин «Социология», «Психология рекламной деятельности», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ».

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Базовой основой для изучения курса являются дисциплины, освоенные студентами на ранних курсах такие как: “Социология”, “Теория и практика массовой коммуникации”.

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 144; Кредиты – 4;
Форма контроля – экзамен.

Б1.О.18 Безопасность жизнедеятельности

Безопасность жизнедеятельности изучает общие опасности, угрожающие каждому человеку, и разрабатывает способы защиты от них в любых условиях. В рамках

предлагаемого курса будет дан информационный материал и описаны правила поведения и действия в экстремальных ситуациях аварийного и криминогенного характера.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Дисциплина взаимосвязана с такими дисциплинами учебного плана как: “Основы валеологии”, “Экология и задачи социальной рекламы”.

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Базовой основой для изучения курса являются дисциплины, освоенные студентами на ранних курсах такие как: “Основы валеологии”.

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 72; Кредиты – 2;
Форма контроля – зачет.

Б1.О.19 Политическая экономика

Курс посвящен изучению основных теоретических и практических вопросов, связанных с проблемами перехода стран постсоветского пространства, а также стран бывшего социалистического лагеря от системы административно-командной экономики к рыночной. Отдельное внимание уделено переходным процессам в Республике Армения, как в области экономики, так и в области политики.

В рамках данной дисциплины студенты изучают практические вопросы, связанные со спецификой переходных процессов в каждой отдельной стране, рассматривают модели перехода от плановой экономики к рыночной, рассматриваются вопросы государственной политики переходного периода в Республике Армения.

Основной целью дисциплины является анализ опыта стран, успешно прошедших процесс перехода, выявление тех факторов, которые препятствуют построению эффективной рыночной экономики в странах постсоветского пространства, в том числе, и в Армении. Также предполагается выработка на основе изученного опыта рекомендаций по дальнейшему реформированию экономической и политической систем вышеупомянутых стран.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Дисциплина тесно взаимосвязана как с общим курсом «Экономика», «Основы менеджмента» так и с «История Армении».

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Базовой основой для изучения курса являются дисциплины, освоенные студентами на ранних курсах такие как «Экономика», «Философия».

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 72; Кредиты – 2;
Форма контроля – зачет.

Б1.О.20 Основы делового общения

В программе дисциплины рассматриваются правовые основы общения, с местными и зарубежными партнёрами, тактические основы делового общения, основные правила современного этикета, национальные особенности делового общения.

Студент должен иметь навыки использования общепринятых правил этикета, уметь слушать, составлять деловые письма, вести беседу

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

В основу курса «Основы делового общения и деловой этикет» положены теоретические и практические разработки специалистов, исследователей в области коммуникаций, этики, риторики, имиджологии; материалы исследований в области социологии и психологии, материалы отечественной и зарубежной периодической печати.

В курсе учитывается подготовка, полученная студентами в рамках базовых и специальных дисциплин, по основам рекламы, философии, психологии рекламы, массовым коммуникациям и др.

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Базовой основой для изучения курса являются дисциплины, освоенные студентами на ранних курсах такие как: «Основы рекламы и связей с общественностью», «Основы менеджмента», «Имиджология». «Психология».

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 72; Кредиты – 2;

Курс рассчитан на 1 семестр; Форма контроля – зачет.

Б1.О.21 Искусство и литература

Данный курс, охватывающий период с античности до конца XX века, призван ознакомить студентов с основными тенденциями развития художественного творчества, классическими произведениями литературы и искусства. Предметом курса является искусство и литература, исторические и социально-философские импульсы, определяющие их развитие. Особый акцент ставится на изучение европейского искусства и литературы, а также осознание взаимосвязи культуры Запада и Востока.

Тематика дисциплины включает сложные духовные, исторические и общественные изменения, которые повлияли на стилевые и формообразующие процессы различных видов искусства. В программе курса проблемы искусства и литературы в сжатом виде объединены в отдельные исторические этапы, которые наиболее заметно повлияли на интеллектуальное сознание человечества. Каждая тема отражает определенную художественную идею, под влиянием которой развивался мировой духовный прогресс. При этом специфика курса предполагает не подробное изучение и охват максимального числа произведений литературы и искусства, а знакомство с наиболее крупными шедеврами, ставшими культурными явлениями не только для своего времени, но вошедшими в мировую сокровищницу художественного творчества.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Дисциплина связана с дисциплинами «История России», «История Армении».

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Для освоения курса «Искусство и литература» студенты используют знания по мировой истории и культуре, а также знания, умения и компетенции, сформированные при изучении других дисциплин профессионального цикла.

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 396; Кредиты – 11;

Курс рассчитан на 3 семестра. Форма контроля – экзамен, экзамен, экзамен.

Б1.О.22 Современные информационные технологии в рекламе и PR

Программа интегрирует в себе теоретический и практический подходы к обучению таким образом, чтобы полученные знания и навыки позволяли студентам направления планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия по продвижению

продукта/проекта/предприятия, использовать современные системные программные средства и технологии для проектирования web-ресурсов с целью повышения их коммуникативной эффективности, разрабатывать и управлять интернет-проектами на основе экономических результатов текущей деятельности организации и данных веб-аналитики, проектировать, модернизировать и продвигать сайты с учетом поисковой оптимизации.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Дисциплина будет преподаваться во взаимосвязи с такими дисциплинами как математика и информатика, современные технологии рекламы и PR, теория и практика массовой информации.

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Базовой основой для изучения курса являются дисциплины, освоенные студентами на ранних курсах такие как: «Математика и информатика», «Современные технологии рекламы и СО».

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 144; Кредиты – 4;
Форма контроля – экзамен.

Б1.О.23 Разработка и технологии производства рекламного продукта

Реклама - это не только бизнес, не только наука, но и культура и искусство. Реклама не только обслуживает рынок, но и формирует его. По ее состоянию можно судить о реальном продвижении страны к цивилизованным рыночным отношениям. Концептуально структура курса построена с учетом того, что основа основ рекламы - психологические закономерности восприятия достаточно универсальны для большинства стран, и, следовательно, изучение опыта других стран является необходимой составляющей при изучении основ рекламного дела. В начале курса проводится изучение процесса рекламного планирования, как логического продолжения процесса планирования маркетинговой деятельности фирмы. Несколько разделов посвящено проблемам рекламного творчества-разработке концепции рекламной компании, составлению рекламных текстов и т.д. Далее, изучается процесс производства рекламы на основных носителях, особенно с применением цифровых технологий. И по завершению курса, изучаются возможности и проблемы рекламы XXI века, разработки рекламного продукта в условиях глобального рынка.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Полученные знания, умения и навыки в процессе изучения могут быть использованы студентами в процессе прохождения преддипломной практики, а также в процессе освоения дисциплин «Организация работы отделов рекламы и СО», «Основы интегрированных коммуникаций рекламы и СО», «Основы брендинга», «Современные технологии рекламы и СО».

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Приступая к изучению данного курса, студенты должны обладать общими знаниями механизмов функционирования рынков, психологического портрета потребителя, теории мотиваций, маркетинга, основ теории коммуникаций

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 144; Кредиты – 4;
Форма контроля – экзамен.

Б1.О.24 Современные технологии рекламы и PR

Основной целью курса «Современные технологии рекламы и PR» является формирование у студентов целостного представления о нестандартных и современных технологиях рекламы, ведущих к успеху рекламной кампании в целом, а также применяемых в практике Public Relations, изучение тенденций развития рынка и технологий PR.

Освоение курса позволит студентам рассматривать любое явление информационного и коммуникативного характера не только в теоретическом контексте, но и в прикладном с целью получения практических навыков в будущей профессиональной деятельности.

Важной задачей обучения является развитие навыков творческого мышления, решения конкретных задач с помощью современных технологий PR.

При изучении дисциплины предполагается, что студент владеет основами рекламы, маркетинга, связей с общественностью, информационными технологиями. Студент должен уметь пользоваться интернетом, должен быть наблюдательным и быть в курсе происходящих на международном и местном рынках изменений рекламной индустрии.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Дисциплина будет преподаваться во взаимосвязи с такими дисциплинами как «Основы маркетинга», «Рекламные средства и их применение», «История и методология СО», «Психология рекламной деятельности», «Современные информационные технологии в рекламе и СО», «Креатив в рекламе и СО».

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

При изучении дисциплины предполагается, что студент владеет основами рекламы, маркетинга, связей с общественностью, информационных технологий. Студент должен уметь пользоваться интернетом, должен быть наблюдательным и быть в курсе происходящих на международном и местном рынках изменений рекламной индустрии.

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 108; Кредиты – 3;
Форма контроля – зачет.

Б1.О.25 История возникновения и развития рекламы

Курс дисциплины «История возникновения и развития рекламы» призван вооружить студентов, обучающихся по специальности «Реклама и СО», необходимыми знаниями в области истории рекламы с древнейших времен до наших дней. Знания истоков возникновения рекламной- информационной деятельности, различных ее видов, а также этапов развития рекламы в государствах Древнего мира, в Западной Европе и США, исторического пути развития рекламы в России, как и ознакомление с величайшими рекламными кампаниями 20-21 вв., сделавшими рекламу значительной частью массовой культуры, необходимы для подготовки высокопрофессиональных специалистов рекламы. Реклама имеет в своей основе многие научные дисциплины: психологию, социологию, экономику, маркетинг, товароведение, а также искусство, литературу и другие виды художественного творчества.

Таким образом, реклама, будучи сложным экономическим и социальным явлением общественной жизни людей, сочетает в себе обширные знания многих областей науки и искусства, что отражено на всем историческом пути ее развития, и именно поэтому подготовка рекламоведа высшей квалификации должна включать в себя широкий спектр знаний по истории рекламы.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана

специальности (направления)

Дисциплина взаимосвязана с дисциплинами “История России”, “История Армении”, “Современной технологии рекламы и СО”.

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Приступая к изучению данного курса, студенты должны обладать общими знаниями и умениями в общих знаний по истории развития рекламной деятельности.

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 288; Кредиты – 8;

Курс рассчитан на два семестра. Форма контроля – экзамен, экзамен.

Б1.О.26 Реклама и СО в современном мире (на ин.яз.)

Курса читается на английском языке. Определенное место уделено изучению социокультурных оснований деятельности в области рекламы и связей с общественностью, проблемы взаимодействия региональных PR-служб с местными органами власти, вопросам истории возникновения и развития рекламы и СО.

Курс предполагает также обучение студентов написанию грамотных, привлекательных рекламных текстов на английском языке.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Полученные знания, могут быть использованы в процессе прохождения преддипломной практики, а также с дисциплин профессионального цикла.

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Для поступления к изучению данной программы (Б-2, upper-intermediate Общевропейской шкалы владения иностранными языками), студент должен владеть уровнем Б-1 (intermediate level). Студент должен понимать основные мысли услышанного, сформулированные ясно и с соблюдением литературной нормы, понимать тексты на повседневные темы, с достаточно употребительными словами и грамматическими конструкциями, без подготовки участвовать в диалогах на разные темы (семья, свободное время, работа, путешествия, разные новости), рассказывать о своих впечатлениях, планах, используя несложные фразы, владеть основными грамматическими знаниями.

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 324; Кредиты – 9;

Курс рассчитан на два семестра. Форма контроля – зачет, зачет.

Б1.О.27 Реклама и СО в политике и технологии управления общественным мнением

Целью преподавания дисциплины является подготовка специалистов, владеющих теоретическими и практическими знаниями в области современных политических технологий, ознакомление студентов со спецификой проведения рекламных кампаний в политической сфере, а также рассмотрение закономерностей политической рекламы как особого вида коммуникации, а также знакомство с основами управления общественным мнением и механизмом его формирования, формирование у студентов соответствующих знаний об этом процессе.

Достижение обозначенной цели подразумевает решение следующих задач:

- формирование у студентов понятия общественного мнения как социального института;
- осмысление важности изучения общественного мнения;
- изучение истории вопроса общественного мнения;
- изучение механизма формирования общественного мнения;
- понимание роли менеджмента общественным мнением в сфере PR;
- изучение способов и технологий управления мнением общества.

Необходимость освоения теоретического и практического опыта политической рекламы в настоящее время обусловлена расширением данного рынка информационных и коммуникационных услуг, а также возросшей ролью политических процессов в функционировании общества.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Дисциплина взаимосвязана с дисциплинами “Государственное регулирование рекламной деятельности”.

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Базовой основой для изучения курса являются дисциплины, освоенные студентами на ранних курсах такие как: «История возникновения и развития рекламы», «Рекламные средства и их применение», «Реклама и СО в современном мире», «Социология», «Социологические исследования в рекламе и СО», «Психология рекламной деятельности», «Основы менеджмента».

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 144; Кредиты – 4;
Форма контроля – зачет.

Б1.Б.28 Физическая культура

Формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Освоение физической культуры опирается на знания, умения и навыки, полученные при освоении дисциплины «Физическая культура» в общеобразовательной школе.

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 72; Кредиты – 2;
Курс рассчитан на два семестра. Форма контроля – зачет, зачет

Б1.О.29 Государственное регулирование рекламной деятельности

Целями изучения дисциплины являются усвоение и практическое применение студентами основных положений общей теории права, а также российского и армянского публичного и частного права.

Учебный курс «Государственное регулирование рекламной деятельности» имеет своей целью формирование у студентов базовых знаний в области правового регулирования рекламно-информационной деятельности, навыков применения хозяйственно-правовых норм, развитие правовой культуры личности обучающихся.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь применять хозяйственно-правовые нормы при подготовке предложений руководителям для принятия управленческих решений в экономической, производственной и социальной сферах; юридически грамотно квалифицировать факты и обстоятельства экономической деятельности; применять необходимые меры по защите нарушенных прав и законных

интересов субъектов предпринимательской деятельности; составлять документы хозяйственно-правового характера, а также владеть навыками работы с литературой и нормативными актами в области различных отраслей права; терминологией и основными понятиями, используемыми в правоведении.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Дисциплина взаимосвязи со следующими курсами базовой части учебного плана подготовки бакалавра по направлению «Реклама и связи с общественностью»: «Экономика», «Реклама и СО в политике и управление общественным мнением».

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Базовой основой для изучения курса являются дисциплины, освоенные студентами на ранних курсах такие как: «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью».

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 144; Кредиты – 4;
Форма контроля – зачет.

Б1.О.30 Искусство ведения бизнеса

Цель дисциплины: Целью дисциплины является овладение студентами теоретических основ области организации бизнеса и передача им практических методов выполнения разнообразных экономических расчетов и юридического оформления стартапа или собственной компании.

Задачи дисциплины: - изучение концептуальных основ бизнеса, становления и функционирования предприятий на начальном этапе формирования; - формирование представления об основных тенденциях нормативного регулирования компании; - оказание помощи студентам в получении навыков и установок на активный самостоятельный поиск эффективных решений в практической деятельности.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Дисциплина «Искусство ведения бизнеса» взаимосвязана с дисциплинами «Правоведение», «История», «Иностранный язык», «Брендинг», «Маркетинг», «Менеджмент», «История возникновения и развития рекламы».

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 72; Кредиты – 2;
Форма контроля – зачет.

Б1.О.31 Современные аспекты политологии

Целью преподавания дисциплины "Современные аспекты политологии" является формирование у студентов комплексного представления о закономерностях развития политической сферы общества, современных политических институтах, их устройстве и функционировании; типах, формах и динамике политического процесса, его субъектах; содержании и путях формирования политической культуры, многообразных идейно-политических концепциях современности; о мотивах политического поведения личности, различных социальных групп, классов, наций, народов и государств, а также политико-правовом положении личности в обществе, способах и формах ее участия в политической

жизни. Усвоение знаний о политике и политических процессах, приобщение студентов к основам демократической политической культуры, их подготовка к участию в становлении новой политической системы может внести весомый вклад в ослабление социальных, этнических, религиозных конфликтов, в создание на основе гражданского согласия политической и экономической стабильности в обществе.

Задачи изучения дисциплины:

- ознакомить студентов с предметом и задачами политологии как науки о политической сфере жизни общества, сформировать представление о специфических особенностях, закономерностях, способах и путях формирования данной отрасли человеческого знания, о методологии и методах политологических исследований;
- показать студентам связь политической науки и других гуманитарных дисциплин, единство вузовского гуманитарного цикла;
- ознакомить студентов с основными направлениями и этапами развития мировой политической мысли, показать особенности русской, европейской, восточной политической мысли в едином комплексе с историческим фоном, социальным и экономическим развитием общества. Научить студентов оценивать политические концепции в контексте времени и места их создания и определять степень их актуальности для современной России, проводить типологию политических концепций;
- обеспечить усвоение студентами основных категорий политологии и умение оперировать ими; ознакомить студентов с сущностью и функциями основных политических институтов и политических образований, с этапами и циклами политического процесса.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Учебный курс непосредственно связан с дисциплинами «Реклама и СО в политик и управление общественным мнением», «Государственное регулирование рекламной деятельности».

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 72; Кредиты – 2;

Форма контроля – зачет.

Б1.В.01 Стилистика и литературное редактирование

Дисциплина "Стилистика и литературное редактирование" способствует формированию у студентов целостного системного представления о функционировании языка в его стилевых разновидностях в коммуникативном, прагматическом и когнитивном аспектах. Творческое владение нормами письменной и устной речи. Максимальное развитие языкового «чутья» и формирование навыков стилистической правки. Формирование системного представления о закономерностях создания и обработки авторского текста. Овладение методикой анализа и редактирования текстов по рекламе и PR.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Лекции и практические занятия строятся с опорой на изученные ранее курсы, связанные с общелингвистической подготовкой студентов: «Русский язык профессионального общения», «Работа с текстами в рекламе и СО» и «Мастерство копирайтинга». Межпредметные связи с этими теоретическими и практическими курсами дают возможность представить стройную систему формирования знаний, умений и

навыков работы с вербальной частью материалов публицистики, рекламы и паблик рилейшинз.

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

- Умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь
- Владение основами речи, знание ее видов, правил речевого этикета и ведения диалога, законов композиции и стиля, приемов убеждения

Трудоёмкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоёмкость дисциплины в академических часах – 144; Кредиты – 4;

Курс рассчитан на два семестра. Форма контроля – зачет, экзамен.

Б1.В.02 Русский язык профессионального общения

Программа практического курса русского языка для студентов Российско-Армянского университета состоит из языкового материала на основе текстов по специальности для развития профессиональных и коммуникативных умений и навыков студентов. Определенное место уделено изучению социально-культурной, профессиональной сфер, переводу, внеаудиторной работе.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Дисциплина связана с дисциплинами “Работа с текстами в рекламе и СО” и “Мастерство копирайтинга”.

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

При изучении дисциплины предполагается, что студент владеет основами русского языка в рамках среднеобразовательной программы.

Трудоёмкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоёмкость дисциплины в академических часах – 252; Кредиты – 7;

Курс рассчитан на два семестра. Форма контроля – зачет, зачет.

Б1.В.03 Армянский язык профессионального общения

Программа практического курса армянского языка для студентов Российско-Армянского университета состоит из семи разделов, каждый из которых включает в себя материал определенной области языкового общения. В программу включен также грамматический материал, необходимый для усовершенствования речевых навыков.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Дисциплина связана с дисциплинами “Мастерство копирайтинга и особенности рекламных текстов на армянском языке” и “Литературное редактирование текстов на армянском языке”

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

При изучении дисциплины предполагается, что студент владеет основами армянского языка в рамках среднеобразовательной программы

Трудоёмкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоёмкость дисциплины в академических часах – 252; Кредиты – 7;

Курс рассчитан на два семестра. Форма контроля – зачет, зачет.

Б1.В.04 Элективные курсы по физической культуре

Цель - формирование физической культуры личности и способности направленного

использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Освоение элективных курсов по физической культуре опирается на знания, умения и навыки, полученные при освоении дисциплины «Физическая культура» в общеобразовательной школе и осуществляется параллельно с освоением дисциплины «Физическая культура», входящей в состав ОПОП ВО по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 328; Курс рассчитан на 5 семестров; Форма контроля – зачет.

Б1.В.05 Основы информационной безопасности

В теоретической части курса рассматриваются основные понятия информационной безопасности в автоматизированных информационных системах, включая основные угрозы и средства защиты от них; рассматриваются вопросы криптографической защиты информации. В рамках дисциплины представлены вопросы безопасной информационно-аналитической работы в Internet; стеганографическая защита информации; основы цифровой защиты мультимедийной информации; опасности социальных сетей; интернет-мошенничество; специальные технические средства защиты.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Дисциплина будет преподаваться во взаимосвязи с такими дисциплинами как «Современные информационные технологии рекламы и СО» и «Математика и информатика».

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Базовой основой для изучения курса являются дисциплины, освоенные студентами на ранних курсах такие как: «Математика и информатика»

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 72; Кредиты – 2;
Форма контроля – зачет.

Дисциплины по выбору

Б1.В.ДВ.01.01 История Армении

Курс Истории Армении предназначен для студентов первых курсов неисторических факультетов. Курс прослеживает социально-политическое, государственно-правовое, духовно-ментальное, культурное развитие армянского народа, создающее национально-историческую специфику. Курс представляет собой синтез историй политической, экономической, культурной. Эти направления находятся в прямой и тесной взаимосвязи. Курс направлен на формирование у студентов знаний, способствующих не только пониманию многовековой истории армянского народа, но и задач, стоящих перед современным армянским обществом в эпоху глобализации, выработке чувствительного к гуманизму мировоззрения, осознание ими современных целей общественной жизни. Необходимо, чтобы студенты осознали, что достижение этих ценностей возможно только

благодаря постоянной борьбе за решение основных экономических, социальных и политических вопросов. В экономической сфере – за экономическую эффективность, в социальной – достижение социальной справедливости, в политической – развитие демократии, ее институтов, гарантии прав и свобод человека. В Армении это процесс особенный. Находясь на перекрестке торговых дорог, стыке культур и цивилизаций, являясь ареной многочисленных войн Армения имеет исторические особенности.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Связана с дисциплиной “История армянской культуры”.

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Предполагается, что приступая к изучению данного курса, студенты должны обладать минимальными знаниями по истории Армении, а также в целом закономерностей исторического процесса в рамках среднеобразовательной программы

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 108; Кредиты –3;

Форма контроля – экзамен.

Б1.В.ДВ.01.02 История армянской культуры

Курс “История армянской культуры” предназначен для студентов неисторических факультетов. Курс прослеживает культурное формирование армянского народа, создавшего свою неповторимую национально – историческую специфику в процессе ее развития.

Курс направлен на формирование у студентов знаний, способствующих не только пониманию многовековой истории армянской культуры, но и задач, стоящих перед современным армянским обществом в эпоху глобализации, выработке чувствительного к гуманизму мировоззрения, осознания ими современных целей общественно – культурной жизни.

Необходимо, чтобы студенты осознали, что достижение и познание истинных культурных ценностей возможно только благодаря постоянной борьбе за сохранение богатого наследия доставшегося нам от великих предков. В Армении этот процесс имеет наибольшую остроту из –за колоссальных потерь в предыдущие эпохи. Находясь на перекрестке и стыке мировых культур и цивилизаций, являясь серной многочисленных войн армянская культура приобрела неповторимые исторические особенности.

Предполагается, что приступая к изучению данного курса, студенты должны обладать минимальными знаниями по истории армянской культуры, а также в целом закономерностей исторического процесса в рамках среднеобразовательной программы.

Целями и задачами данного курса являются дать студентам общее представление о процессе формирования основных компонентах и этапах исторического развития армянской национальной культуры, показать особенности формирования национальной культуры, выявить присущую ей специфику, дать представление о влиянии изменений геополитической ситуации в мире и в регионе на культуру армянского народа, выявить место и задачи армянской культуры в процессе глобализации.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Связана с дисциплиной “Истории Армении”.

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Предполагается, что приступая к изучению данного курса, студенты должны обладать минимальными знаниями по истории и культуры Армении, а также в целом закономерностей исторического процесса в рамках среднеобразовательной программы

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 108; Кредиты – 3;

Форма контроля – экзамен.

Б1.В.ДВ.02.01 Мастерство копирайтинга и особенности рекламных текстов на армянском языке

Обязанностями профессионального копирайтера являются и сбор маркетинговой информации, если необходимо более точно представить продукт и целевую аудиторию, и не менее важный творческий анализ этой информации. Копирайтер должен быть знаком с процессом производства рекламы в различных её медийных форматах, так как это определяет содержательно-структурное наполнение медиатекста и выбор конкретных креативных приёмов реализации стратегии и основной идеи проекта. Необходимо также овладение комплексом различных приёмов и техник создания медиатекстов. Работа над текстом, созданным по драматизированной коммуникативной модели, предполагает наличие знаний и умений в области сценарного мастерства, а создание проекта интернет-рекламы, помимо традиционной работой над созданием текста, включает и основы seo-копирайтинга. Все эти и многие другие требования к профессиональной подготовке студента обуславливают наличие в учебном курсе предмета, дающего соответствующие умения и навыки.

Цель дисциплины: научить студентов составлять воздействующие и грамотно составленные рекламные тексты на армянском и русском языке.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Лекции и практические занятия строятся с опорой на изученные ранее курсы, связанные с общелингвистической и профессиональной подготовкой студентов: «Русский язык профессионального общения», «Армянский язык профессионального общения», «Стилистика и литературное редактирование», «Работа с текстами в рекламе и СО».

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Базовой основой для изучения курса являются дисциплины, освоенные студентами на ранних курсах такие как: «Основы маркетинга», «Социология», «Работа с текстами в рекламе и СО», «Армянского языка профессионального общения», «Русский язык профессионального общения», «Стилистика и литературное редактирование».

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 144; Кредиты – 4;

Форма контроля – зачет.

Б1.В.ДВ.02.02 Литературное редактирование текстов на армянском языке

Редактор рекламного текста должен учитывать специфику рекламного дискурса, то есть тот факт, что рекламное сообщение погружено в гетерогенное, неоднородное поле смыслов. С одной стороны, рекламный дискурс формируют смыслы, связанные с экономикой, поскольку реклама – это элемент маркетинговых коммуникаций, предназначенный для продвижения товара/услуги. С другой стороны, реклама выходит за пределы собственно экономической смысловой зоны, так как обращена к чувствам,

социально- культурным потребностям, ценностям человека. Иными словами, редактор рекламы должен представлять себе специфику собственно текста, законы текстопорождения, структуру рекламного сообщения; особенности бытования рекламы в двух разнородных областях – экономики и социально-культурной жизни адресата рекламы. Рекламный текст должен включать в себя содержательные и формальные сигналы «рекламности», позволяющие адресату идентифицировать текст как принадлежащий к рекламному дискурсу.

Реклама, развивающаяся в РА в последнее десятилетие, при довольно значительных успехах характеризуется также некоторыми просчётами и недостатками. Среди них – тенденция перевода слоганов с без учета языковых особенностей, целевой аудитории.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Дисциплина будет преподаваться во взаимосвязи с такими дисциплинами как армянский язык профессионального общения, стилистика и литературное редактирование, мастерство копирайтинга и особенности рекламных текстов в армянском языке.

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Базовой основой для изучения курса являются дисциплины, освоенные студентами на ранних курсах такие как: «Армянского языка профессионального общения», «Мастерство копирайтинга и особенности рекламных текстов в армянском языке», «Стилистика и литературное редактирование».

Трудоёмкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоёмкость дисциплины в академических часах – 144; Кредиты – 4;
Форма контроля – зачет.

Б1.В.ДВ.03.01 Имиджелогия

Учебная дисциплина «Имиджелогия» является многогранной и синтетической, прежде всего потому, что охватывает различные аспекты многих наук (философии, психологии, социологии, этики, политологии) и отраслей знаний (маркетинга, основ художественного дизайна, теории и практики моды, теории и практики массовых коммуникаций).

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

В основе предмета “Имиджеология” лежат общие представления о психологических механизмах и закономерностях формирования имиджа с использованием последних научных зарубежных достижений в данной области, которая в нашей стране находится на начальном этапе развития.

Изучение предмета находится в логической связи с “Психология рекламной деятельности”, “Основы менеджмента”, “Реклама и СО в политике и управление общественным мнением” и т.д.

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Дисциплина «Имиджелогия» является одной из основополагающих дисциплин в комплексе подготовки специалиста по рекламе. Данная дисциплина базируется на знаниях, полученных студентами при изучении таких дисциплин, как «Основы маркетинга», «Психология рекламной деятельности», «Основы интегрированных коммуникаций в рекламе и СО».

Трудоёмкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоёмкость дисциплины в академических часах – 72; Кредиты – 2;
Форма контроля – зачет.

Б1.В.ДВ.03.02 Технологии конструирования имиджа личности

Имидж явление социальное. Проблемой имиджа и технологией его реализации занимается научно-прикладная отрасль человековедения – имиджелогия.

Имиджелогия – это комплексная практическая дисциплина, использующая отдельные результаты ряда дисциплин, в том числе психологии, психологии делового общения, речевой коммуникации, актёрского мастерства, целью которой является создание методологического и методического оснащения для профессиональной деятельности по созданию и преобразованию имиджа. В рамках предмета «Технологии конструирования имиджа личности» происходит синтез и внедренческая проверка освоенных теоретико-методологических основ. Их применение к решению конкретных, реальных задач проявляется в «имидж-моделировании», построении, образов различных социальных реальностей: субъектов – политиков, менеджеров, юристов; среды – офисов, предприятий, школ; информации – городской, газетно-журнальной, телевизионной и других структур.

Сформировать знания: об основных подходах к овладению технологией построения имиджа; об основных этапах имидж – моделирования определённого лица, товара, услуги, организации и путях их реализации; научить студентов формировать позитивный имидж в личной и деловой жизнедеятельности.

Исходя из цели, в процессе изучения дисциплины предполагается решить следующие задачи:

- раскрыть сущность и содержание понятия имиджа и имиджелогии;
- определить принципы, слагаемые, внутренние и внешние ценности имиджа;
- рассмотреть технологии и этапы построения позитивного имиджа;
- выделить особенности формирования имиджа в рыночных условиях;
- разработать индивидуальную и групповую имидж-карту;
- провести анализ имиджа политика, телеведущего, семьи, организации.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Изучение предмета находится в логической связи с “Психологией рекламной деятельности”, “Основы менеджмента”, “Реклама и СО в политике и технология управления общественным мнением” и т.д.

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Данная дисциплина базируется на знаниях, полученными студентами при изучении таких дисциплин, как «Основы маркетинга», “Психологией рекламной деятельности”, «Основы интегрированных коммуникаций в рекламе и СО».

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 72; Кредиты – 2;
Форма контроля – зачет.

Б1.В.ДВ.04.01 Экология и задачи социальной рекламы

В курсе «Экология и задачи социальной рекламы» рассматриваются актуальные вопросы экологии, роль социальной рекламы в жизни общества, роль экологической рекламы как подвида социальной рекламы в защите и охране окружающей среды через формирование экологического сознания и мировоззрения, инструменты экологической рекламы и экологические сертификаты.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Данная дисциплина связана со следующими дисциплинами учебного плана как «Социология», «Основы маркетинг», «История возникновения и развития рекламы»,

«Охрана окружающей среды».

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Исходный уровень знаний, умений и навыков для прохождения данной дисциплины студент должен получить на занятиях по русскому языку, философии, социологии, маркетингу.

Трудоёмкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоёмкость дисциплины в академических часах – 72; Кредиты – 2;

Форма контроля – зачет.

Б1.В.ДВ.04.02 Охрана окружающей среды

В курса раскрываются основные понятия природопользования, правовые, административные и экономические механизмы регулирования рационального природопользования и охраны окружающей среды. Целью является формирование у будущих специалистов понимания проблем окружающей природной среды. Задачей является на базе полученных знаний суметь так организовать рекламную деятельность, чтобы минимизировать ущерб окружающей природной среде.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Данная дисциплина связана со следующими дисциплинами учебного плана как «Социология», «Основы маркетинг», «История возникновения и развития рекламы», «Экология и задачи социальной рекламы».

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Исходный уровень знаний, умений и навыков для прохождения данной дисциплины студент должен получить на занятиях по русскому языку, философии, социологии, маркетингу.

Трудоёмкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоёмкость дисциплины в академических часах – 72; Кредиты – 2;

Форма контроля – зачет.

Б1.В.ДВ.05.01 Основы брендинга

Учебная дисциплина «Основы брендинга» предполагает изучение эффективной системы продвижения товаров, решение широкого круга задач, которые позволяют улучшить уровень обслуживания потребителей, повышение качества товара, формирование позитивного образа компании и многое другое. Одним из элементов системы взаимоотношений «производитель-потребитель» является торговая марка. Управление торговой маркой на всех стадиях ее жизненного цикла – одна из наиболее важных составляющих деятельности современных компаний. Только эффективное управление торговой маркой может принести ей известность и приверженность покупателей. Рост внимания к проблеме создания и управления торговыми марками со стороны армянских предпринимателей определяется тем, что известные марки становятся необходимым условием устойчивого положения товара и производителя на рынке, фактором их конкурентоспособности.

В рамках учебной дисциплины «Основы брендинга» рассматриваются наиболее интересные примеры и новые концепции создания и достижения торговой маркой высокого уровня известности. Управление торговой маркой на всех стадиях ее жизненного цикла – одна из главных проблем, которая изучается в предлагаемом курсе. Практикумы,

предусмотренные в ходе занятий, предполагают изучение и отработку на материалах реальных рекламных и PR-кампаний новых подходов и концепций управления портфелями мультимарок, процессом формирования международных и глобальных брендов. При этом делается акцент на важности стоимостных показателей бренда, которые говорят о жизнеспособности компании, владеющей брендом.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Междисциплинарность курса, согласно обозначенной цели выражается в устойчивой взаимосвязи со следующими курсами базовой части учебного плана подготовки бакалавра по направлению «Реклама и связи с общественностью»: «Основы теории коммуникации»; «Социология», «Философия», «Экономика», «Основы менеджмента» в части применения в практике брендинга механизмов создания позитивного имиджа организации, продукта, переводящего сущность, качество и специфику общественных явлений через систему художественных образов, символов, знаков на язык чувств и эмоций с учетом нужд и запросов потребителя.

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 144; Кредиты – 4;
Форма контроля – экзамен.

Б1.В.ДВ.05.02 Немедийные коммуникации

Основная задача дисциплины заключается в том, чтобы сформировать научное представление о методологии немедийных коммуникаций. Дисциплина «Немедийные коммуникации» предназначена для формирования у студентов знания о специфике деятельности PR-менеджера и формирования практических навыков формирования связей с общественностью по средствам немедийных коммуникаций. В данной дисциплине особое внимание уделяется типам немедийных коммуникаций, планированию и разработки коммуникационных программ, развитию навыков эффективных персонализированных коммуникаций.

Данный учебно-методический комплекс разработан на основе анализа потребностей в знаниях и навыках экономике, а также с учетом позитивного опыта зарубежных стран в подготовке специалистов в области управления репутацией компании.

Учебный курс предполагает использование таких инновационных методов, как проектный метод, метод работы в группах, проблемно-поисковый метод, метод моделирования фрагмента семинара.

В учебном процессе используются учебные фильмы, презентации Power Point, наглядные пособия (схемы и таблицы), практикум, деловые игры, эссе.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Полученные знания, умения и навыки в процессе изучения дисциплины могут быть использованы студентами в процессе освоения дисциплин «Организация работы отделов рекламы и связи с общественностью», «Современные креативные технологии рекламы и связей с общественностью «Реклама и СО в политике и технологии управления общественным мнением».

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Для изучения данной дисциплины необходимы знания, полученные в рамках дисциплин «Основы маркетинга», «Основы теории коммуникаций», «Теория и практика

массовых информации», «Психология рекламной деятельности».

Трудоёмкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоёмкость дисциплины в академических часах – 144; Кредиты – 4;
Форма контроля – экзамен.

Б1.В.ДВ.06.01 Медиарилейшнз

Целями освоения дисциплины «Медиарилейшнз» является: разобрать специфику работы PR отделов со средствами массовой информации; научиться создавать информационные поводы и доводить пресс-релизы до публикации; научиться организовывать пресс-мероприятия и оценивать их эффективность; научиться анализировать роль различных каналов распространения информации для различных целей и задач в организации; обозначить различные методы управления связями с СМИ и организации работы отделов медиарилейшнз; на практике научиться устанавливать связи с журналистами, организовывать мероприятия для прессы и писать тексты для СМИ.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать определение и основные функции медиарилейшнз в рекламе и PR отделах, различные методы управления связями с СМИ, организацию работы отделов медиарилейшнз, различные формы связей отделов рекламы и PR со СМИ.

Уметь создавать информационные поводы, анализировать роль различных каналов распространения информации для СМИ, устанавливать отношения с журналистами, оценивать аудиторию СМИ.

Иметь навыки выпуска пресс-релизов, организации пресс-мероприятий, оценки рынка СМИ, осуществления информационной поддержки мероприятия.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Дисциплина взаимосвязи со следующими курсами базовой части учебного плана подготовки бакалавра по направлению «Реклама и связи с общественностью»: «Социологические исследования в рекламе и СО», «Основы теории коммуникаций».

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах: «Социологические исследования в рекламе и СО», «Основы теории коммуникаций».

Трудоёмкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоёмкость дисциплины в академических часах – 108; Кредиты – 3;
Форма контроля – зачет.

Б1.В.ДВ.06.02 Основы медиапланирования в рекламе и СО

Медиапланирование представляет собой размещение рекламных сообщений в средствах распространения рекламы с целью достижения целей, поставленных в ходе рекламной компании и оптимизации затрат на размещение. Предмет курса – система практических решений в области медиапланирования в рамках размещения рекламной информации при осуществлении рекламной и PR -деятельности компании.

В основу курса положены теоретические и практические разработки российских и зарубежных исследователей в области коммуникаций, материалы исследований в области СМИ, материалы отечественной и зарубежной периодической печати, изучение медиа среды и особенностей медиапланирования Республики Армения.

Последовательность изучаемых тем определена логикой формирования навыков делового взаимодействия в современной бизнес-среде.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Дисциплина «Основы медиапланирования в рекламе и СО» взаимосвязана со следующими дисциплинами учебного плана: «Основы теории коммуникации», «Разработка и технология производства рекламного продукта».

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Базовой основой для изучения курса являются дисциплины, освоенные студентами на ранних курсах такие как: «Основы маркетинга», «Социологические исследования в рекламе и СО», «Основы теории коммуникаций».

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 108; Кредиты – 3;

Форма контроля – зачет.

Б1.В.ДВ.07.01 Креатив в рекламе и СО

Цель курса – дать студентам базовый комплекс знаний, умений и навыков, необходимый для практической работы в сфере рекламной коммуникации, работы над креативной составляющей проекта в рамках выбранной стратегии. Задачей данного курса является: определение места креатива в массовых маркетинговых коммуникациях, рассмотрение теоретических основ креативных стратегий в рекламе, исследование конкретных областей креативной деятельности в рекламе, изучение приемов и техник рекламного креатива.

Семинарские занятия проводятся в виде дискуссий, содержание которых является конкретизацией лекционного материала курса, соответствуют его темам в рамках обозначенных компетенций. В процессе семинарских занятий отрабатываются компетенции. Задания выдаются заблаговременно и во время аудиторных занятий, после знакомства с практической значимостью соответствующих решений и документов, с требованиями к порядку их разработки и содержанию. На семинаре каждый его участник должен быть готовым к выступлению по всем поставленным в плане вопросам, проявлять максимальную активность при их рассмотрении. Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. Выступление нельзя сводить к бесстрастному пересказу, тем более недопустимо простое чтение конспекта. Выступающий должен проявить собственное отношение к тому, о чем он говорит, высказать свое личное мнение, понимание, обосновать его и сделать правильные выводы из сказанного. Вокруг такого выступления могут разгореться споры, дискуссии, к участию в которых должен стремиться каждый студент.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Полученные знания, умения и навыки в процессе изучения дисциплины «Креатив в рекламе и СО» могут быть использованы студентами в процессе освоения дисциплин «Разработка и технологии производства рекламного продукта», «Современные творческие технологии СО кампании», «Работа с текстами в рекламе и СО», «Современные технологии в рекламе и СО».

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Предполагается, что приступая к изучению данного курса, студенты должны обладать теоретическими основами создания рекламного сообщения, знать место креатива в рекламе и в системе маркетинговых мероприятий в целом, иметь понятие маркетинговой стратегии, понятие креатива в рекламе и маркетинге, знать основные теоретические концепции креативности, творческие платформы, уметь выбирать рекламные идеи и модели рекламных идей из мировой креативной практики, знать методологию креативного мышления в рекламе.

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и

кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 72; Кредиты – 2;

Форма контроля – зачет.

Б1.В.ДВ.07.02 Современные творческие технологии СО компании

Целями освоения дисциплины сформировать у будущих бакалавров базовые теоретические знания психологии и технологии творчества, практические умения и навыки креативных решений в рекламной и PR деятельности, воспитать установку и потребность в личностном и профессиональном самосовершенствовании.

Основными обобщёнными задачами дисциплины являются:

ориентировать студентов в феномене «креатив в рекламе и связях с общественностью» как проблеме развития креативности субъекта рекламной и PR деятельности;

развить умения и навыки творчества в рекламе и связях с общественностью как искусстве, науке, практике, бизнесе;

познакомить студентов с универсальными и специфическими креативными приемами;

развить установку на творчество как образ жизни и мысли;

сформировать основу нравственной и профессиональной ответственности перед обществом и культурой, специалиста, создающего креативные продукты, предназначенные для восприятия миллионов людей.

Курс дается в интерпретации для целей подготовки по направлению «Реклама и связи с общественностью» и конкретно – в целях формирования креативной составляющей этого сложного вида деятельности.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Полученные знания, умения и навыки в процессе изучения дисциплины «Современные творческие технологии СО компании» могут быть использованы студентами в процессе прохождения преддипломной практики.

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Базовой основой для изучения курса являются дисциплины, освоенные студентами на ранних курсах такие как: «Психология рекламной деятельности», «Разработка и технологии производства рекламного продукта».

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 72; Кредиты – 2;

Форма контроля – зачет.

Б1.В.ДВ.09.01 Работа с текстами в рекламе и СО

В современном обществе, где потребление движет развитием производства, а средства массовой информации – информационным прогрессом общества, реклама не может не занимать видное место во многих сферах жизни. Нет больше необходимости спорить, нужна реклама или нет.

Нами будет рассматриваться концепция рекламного текста, стадии его создания и его специфика. Хорошо подготовленное сообщение может привлечь внимание, побудить прочитать, просмотреть или прослушать рекламную информацию гораздо большее количество людей. В процессе обучения рекламный текст будет рассматриваться нами исключительно с практической точки зрения. Весь материал будет преподноситься в

определенной последовательности. Целью изучения дисциплины является умение разрабатывать, готовить к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы и PR.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Полученные знания, умения и навыки в процессе изучения могут быть использованы студентами в процессе освоения дисциплин «Мастерство копирайтинга и основы разработки рекламных текстов на армянском языке», «Стилистика и литературное редактирование» и т.д.

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Тема курса опирается на ранее изученные дисциплины, в частности, «Русский язык профессионального общения», «История возникновения и развития рекламы», «Стилистика и литературное редактирования» и др.

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 144; Кредиты – 4;
Форма контроля – зачет.

Б1.В.ДВ.09.02 Практикум по эффективной письменной коммуникации

Курс «Практикум по эффективной письменной коммуникации» нацелен на профессиональную подготовку начинающих студентов бакалавриата. Актуальность дисциплины связана с возросшей мультимедийностью в рекламе, которая вынуждает пересмотреть традиционные способы написания рекламных текстов. Изучение данной дисциплины предполагает краткое ознакомление с теорией и расширенную практическую часть, на которой и базируется дисциплина. В ходе изучения дисциплины студенты учатся проводить сравнительный анализ традиционной и современной рекламы, знакомятся с наиболее актуальными и злободневными рекламными материалами Армении и России, а также переводными текстами зарубежных коллег по цеху и непрерывно пишут собственные авторские тексты различных жанров и стилей.

Взаимосвязь с другими дисциплинами специальности и требования к исходным уровням знаний и умений студентов: Курс тесно связан с такими дисциплинами, как «Современные информационные технологии в рекламе и СО», «Современные креативные технологии рекламы и СО», и требует базовых навыков обращения с информацией и компьютерной техникой.

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 144; Кредиты – 4;
Форма контроля – зачет.

Б1.В.ДВ.09.01 Основы делового общения и деловой этикет

В программе дисциплины рассматриваются правовые основы общения с зарубежными партнерами, тактические основы делового общения, основные правила современного этикета, национальные особенности делового общения.

Студент должен иметь навыки использования общепринятых правил этикета, уметь слушать, составлять деловые письма, вести беседу.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

В основу курса «Основы делового общения и деловой этикет» положены теоретические и практические разработки российских и зарубежных исследователей в области коммуникаций, этики, риторики, имиджологии; материалы исследований в области

социологии и психологии, материалы отечественной и зарубежной периодической печати.

В курсе учитывается подготовка, полученная студентами в рамках базовых и специальных дисциплин, по основам рекламы, философии, психологии рекламы, массовым коммуникациям и др.

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Базовой основой для изучения курса являются дисциплины, освоенные студентами на ранних курсах такие как: «Основы менеджмента», «Имиджелогия». «Психология».

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 144; Кредиты – 4;

Курс рассчитан на 2 семестра; Форма контроля – зачет, экзамен.

Б1.В.ДВ.09.02 Этика ведения деловых переговоров

Цель курса «Этика ведения деловых переговоров» - сформировать у студентов представление о том, что такое деловые переговоры и каковы основные особенности их ведения. Это даст возможность молодому специалисту, с одной стороны, иметь профессиональную позицию в научной и практической работе и, с другой стороны, конструктивно взаимодействовать со специалистами смежных областей знаний при решении комплексных междисциплинарных задач.

Освоив курс, студенты должны:

Понимать роль и значение ведения деловых переговоров в решении комплексных междисциплинарных задач, связанных с эффективным взаимодействием в переговорном процессе с целью достижения совместного решения, уметь организовывать и проводить деловые переговоры.

В процессе изучения дисциплины студенты должны иметь представление о деловых переговорах и их разновидностях; особенностях подготовки к деловым переговорам; методах ведения деловых переговоров; этапах деловых переговоров; стратегии и тактике ведения деловых переговоров; эффективных технологиях ведения деловых переговоров; невербальном поведении его роли и значении в переговорном процессе; этике и культуре поведения на деловых переговорах; особенностях ведения деловых переговоров с зарубежными партнерами, а также знать особенности подготовки к деловым переговорам; этапы деловых переговоров; методы ведения деловых переговоров; стили деловых переговоров; стратегию и тактику ведения деловых переговоров; эффективные технологии ведения деловых переговоров; психологию невербального поведения; этику и культуру поведения на деловых переговорах; особенности ведения деловых переговоров с зарубежными партнерами.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

В основу курса положены теоретические и практические разработки российских и зарубежных исследователей в области коммуникаций, этики, риторики, имиджелогии; материалы исследований в области социологии и психологии, материалы отечественной и зарубежной периодической печати.

В курсе учитывается подготовка, полученная студентами в рамках базовых и специальных дисциплин, по основам рекламы, философии, психологии рекламы, массовым коммуникациям и др.

Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Базовой основой для изучения курса являются дисциплины, освоенные студентами на ранних курсах такие как: «Основы менеджмента», «Имиджелогия». «Психология».

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 144; Кредиты – 4;
Курс рассчитан на 2 семестра; Форма контроля – зачет, экзамен.

Б2.В.01 (У) Учебная практика (учебно-ознакомительная практика)

Учебная практика обеспечивает преемственность и последовательность в изучении теоретического и практического материала, предусматривает комплексный подход к предмету изучения и охватывает все основные объекты связей с общественностью в рекламной сфере.

Учебная практика базируется на освоении следующих учебных курсов: «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «История возникновения и развития рекламы», «Работа с текстами в рекламе и СО».

Прохождение учебно-ознакомительной практики создаёт базу для успешного освоения последующих курсов теоретической и практической подготовки, таких как: «Основы интегрированных коммуникаций рекламы и СО», «Основы маркетинга», «Креатив в рекламе» и т.д.

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость в академических часах – 432; Кредиты – 12; Предусмотрено прохождение практики 3 семестра; Форма контроля – зачет, зачет, зачет.

Б2.В.02 (П) Производственная практика (профессионально – творческая практика и преддипломная практика)

Производственная практика обеспечивает преемственность и последовательность в изучении теоретического и практического материала, предусматривает комплексный подход к предмету изучения и охватывает все основные объекты связей с общественностью в рекламной сфере.

Для прохождения производственной практики студент должен обладать знаниями в пределах освоенных курсов, демонстрировать основные навыки необходимые в овладении профессией, усвоенные в ходе практических занятий: умение анализировать, обобщать, делать выводы; организовывать свою деятельность в рамках непосредственной деятельности организации, способствовать выполнению задач, поставленных перед организацией; уметь решать производственные задачи в рамках определённой для студента компетенции.

Прохождение производственной практики создаёт базу для успешного освоения последующих курсов теоретической и практической подготовки, таких как: «Разработка и технологии создания рекламного продукта», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Современные технологии рекламы», «Реклама и СО в политике и управление общественным мнением».

Формы проведения производственной практики: профильная деятельность в рамках коммуникационного агентства, коммерческой или некоммерческой организации.

Объектами производственной практики являются рекламные и PR-агентства, а также организации, ведущие деятельность в смежных областях.

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость в академических часах – 1188; Кредиты – 33; Предусмотрено прохождение практики 3 семестра; Форма контроля – зачет, зачет, зачет.

Б3.01 Государственная итоговая аттестация

Целью государственной итоговой аттестации является установление уровня подготовки выпускников к выполнению профессиональных задач и соответствия их подготовки требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Задачи государственной итоговой аттестации: – оценить готовность выпускника к видам профессиональной деятельности; оценить уровень сформированности универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

Государственная итоговая аттестация (ГИА) является завершающим этапом процесса освоения студентами образовательной программы.

ГИА реализуется в последнем 8 семестре обучения в течении 4-х недель. Государственная итоговая аттестация проводится в форме защиты выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы).

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость в академических часах – 216; Кредиты – 6; Форма контроля – экзамен.

ФТД.В.02 Основы валеологии

Дисциплина «Основы валеологии» является образовательной и рассматривается как один из компонентов гуманитарного образования, который проявляется через формирование общечеловеческих ценностей (духовное, нравственное, психическое и физическое здоровье). Цель дисциплины – способствовать подготовке духовно-нравственного, физически здорового специалиста высшей школы, способного не только профессионально творчески созидать, но и определять стратегию, тактику сохранения и приумножения своего здоровья и здоровья окружающих его людей.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Дисциплина связана с дисциплинами “Безопасность жизнедеятельности” и “Экология и задачи социальной рекламы”.

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 72; Кредиты – 2;
Форма контроля – зачет.