

## АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИН

Направление подготовки/специальности – «42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Год начала подготовки: 2023 г.

№	Наименование дисциплины	Краткое описание	Код компетенции, код индикатора достижения компетенции
Б1.О.01	Иностранный язык	<p>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.</p> <p>Дисциплина связана со всеми дисциплинами профессионального цикла.</p> <p>Для приступления к изучению этой программы, студент должен владеть уровнем Б-1 (intermediate level): студент должен понимать основные мысли услышанного, сформулированные ясно и с соблюдением литературной нормы, понимать тексты</p>	УК-4 (УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3); ОПК-1 (ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3)

		<p>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.</p> <p>Трудоемкость дисциплины в академических часах – 576; Кредиты – 16;</p> <p>Курс рассчитан на 4 семестра. Форма контроля – экзамен, экзамен, экзамен, экзамен.</p>	
<b>Б1.О.03</b>	<b>Экономика</b>	<p>Программа курса «Экономика» содержит перечень проблем, рассматриваемых в ходе изучения экономики студентами по специальности «Реклама».</p> <p>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.</p> <p>В процессе изучения курса предполагается написание студентами контрольных работ, докладов и т.д.</p> <p>Дисциплина связана с дисциплинами «Экономика и политика переходного периода», «Основы менеджмента», «Основы маркетинга».</p> <p>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.</p> <p>Трудоемкость дисциплины в академических часах – 144; Кредиты – 4; Форма контроля – экзамен</p>	<b>УК-1</b> (УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3); <b>УК-9</b> (УК-9.1; УК-9.2; УК-9.3); <b>УК-10</b> (УК-10.1; УК-10.2; УК-10.3)

<b>Б1.О.04</b>	<b>Социология и реклама</b>	<p>В программе курса «Социология и реклама» раскрываются наиболее важные категории современной социологической науки в рекламе. Анализируются основные проявления социального взаимодействия и их влияние на общественное развитие и мнение.</p> <p>Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления): Связана с дисциплинами «Социологические исследования в рекламе и СО» и «Психология рекламной деятельности».</p> <p>Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины: В ходе изучения данного курса, студенты параллельно получают знания и умения в области философии.</p> <p>Трудоемкость дисциплины в академических часах – 72; Кредиты – 2; Форма контроля – зачет</p>	<p><b>УК-1</b> (УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3); <b>УК-5</b> (УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3); <b>ОПК-2</b> (ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-2.3); <b>ОПК-4</b> (ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3)</p>
<b>Б1.О.05</b>	<b>Философия</b>	<p>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, оказывающейся на усвоенных ими философских позициях.</p> <p>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</p>	<p><b>УК-1</b> (УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3);</p>

		<p>исследователя природы и особенностей философского знания.</p> <p>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 объеме 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.</p> <p>Трудоемкость дисциплины в академических часах – 108; Кредиты – 3; Форма контроля – экзамен</p>	
<b>Б1.О.08</b>	<b>Психология рекламной деятельности</b>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Минимальными требованиями к данной дисциплине являются: умение осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия.</p> <p>Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)</p> <p>Дисциплина «Психология рекламной деятельности» является одной из основополагающих дисциплин,</p>	<p><b>УК-1</b> (УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3); <b>УК-2</b> (УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3); <b>ОПК-1</b> (ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3); <b>ОПК-4</b> ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3; <b>ОПК-6</b> (ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-6.3)</p>

		<p>формирующих навыки понимания психологических аспектов развития рекламных процессов.</p> <p>Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины</p> <p>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».</p> <p>Трудоемкость дисциплины в академических часах – 144; Кредиты – 4; Форма контроля – зачет, зачет.</p>	
<b>Б1.О.09</b>	<b>Теория и практика массовой информации</b>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Знания 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.</p> <p>Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины</p> <p>Базовой основой для изучения курса являются</p>	<p><b>УК-1</b> (УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3); <b>УК-4</b> (УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3); <b>ОПК-2</b> (ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-2.3); <b>ОПК-4</b> (ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3); <b>ОПК-5</b> (ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3); <b>ПК-1</b> (ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3); <b>ПК-2</b> (ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3); <b>ПК-3</b> (ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3); <b>ПК-4</b> (ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3); <b>ПК-5</b> (ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-5.3); <b>ПК-6</b> (ПК-6.1; ПК-6.2; ПК-6.3); <b>ПК-7</b> (ПК-7.1; ПК-7.2; ПК-7.3); <b>ПК-8</b> (ПК-8.1; ПК-8.2; ПК-8.3)</p>

		<p>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».</p> <p>Трудоемкость дисциплины в академических часах – 180; Кредиты – 5; Форма контроля – зачет, зачет.</p>	
<b>Б1.О.12</b>	<b>Основы маркетинга</b>	<p>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</p> <p>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».</p> <p>Базовой основой для изучения курса являются дисциплины, освоенные студентами на ранних курсах такие как: «Экономика», «Математика и информатика».</p> <p>Трудоемкость дисциплины в академических часах – 144; Кредиты – 4; Форма контроля – зачет.</p>	<p>УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3; ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-6.3; ОПК-7.1; ОПК-7.2; ОПК-7.3; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-7.1; ПК-7.2; ПК-7.3; ПК-8.1; ПК-8.2; ПК-8.3; ПК-9.1; ПК-9.2; ПК-9.3</p>
<b>Б1.О.13</b>	<b>Организация работы отделов рекламы и СО</b>	<p>Дисциплина «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» включена в базовую часть профессионального цикла. В ходе изучения данной</p>	<p>УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3; ОПК-6.1; ОПК-6.2;</p>

		<p>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.</p> <p>Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)</p> <p>Перечень дисциплин, усвоение которых студентами необходимо для изучения дисциплины это: Основы маркетинга, Основы менеджмента, Социологические исследования в рекламе и СО.</p> <p>Трудоемкость дисциплины в академических часах – 72; Кредиты – 2; Форма контроля – зачет.</p>	<p>ОПК-6.3; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-5.3; ПК-9.1; ПК-9.2; ПК-9.3</p>
<p><b>Б1.О.19</b></p>	<p><b>Искусство и литература</b></p>	<p>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.</p> <p>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</p>	<p>УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3</p>

		<p>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.</p> <p>Дисциплина связана с дисциплинами «История России», «История Армении».</p> <p>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.</p> <p>Трудоемкость дисциплины в академических часах – 468; Кредиты – 13; Курс рассчитан на 5 семестров.</p> <p>Форма контроля – экзамен, экзамен, экзамен, экзамен.</p>	
<b>Б1.В.05</b>	<b>Элективные курсы по физической культуре</b>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Трудоемкость дисциплины в академических часах – 328; Курс рассчитан на 5 семестров; Форма контроля – зачет, зачет, зачет, зачет, зачет.</p>	<b>УК-7</b> (УК-7.1, УК-7.2, УК-7.3)

<b>Б1.В.06</b>	<b>Курсовая работа</b>	Трудоемкость дисциплины в академических часах – 72; Кредиты – 7; Курс рассчитан на 2 семестра; Форма контроля – зачет, зачет.	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-7.1; УК-7.2; УК-7.3; УК-8.1; УК-8.2; УК-8.3; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3; ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-5.3; ПК-6.1; ПК-6.2; ПК-6.3; ПК-7.1; ПК-7.2; ПК-7.3; ПК-8.1; ПК-8.2; ПК-8.3; ПК-9.1; ПК-9.2; ПК-9.3
<b>Б1.В.10</b>	<b>Современный русский язык в рекламе и СО</b>	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	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ПК-6.1; ПК-6.2; ПК-6.3; ПК-7.1; ПК-7.2; ПК-7.3

		<p>выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы и PR.</p> <p>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.</p> <p>Тема курса опирается на ранее изученные дисциплины, в частности, «Русский язык профессионального общения», «История возникновения и развития рекламы», «Язык и стиль рекламы» и др.</p> <p>Трудоемкость дисциплины в академических часах – 72; Кредиты – 2;</p> <p>Форма контроля – зачет.</p>	
<b>Б1.В.ДВ.02.01</b>	<b>Мастерство копирайтинга и особенности рекламных текстов на русском и арм.языках</b>	<p>Дисциплина «Мастерство копирайтинга и особенности рекламных текстов на русском и арм.языках» обучает студентов обязанностям профессионального копирайтера, которыми являются как сбор маркетинговой информации, если необходимо более точно представить продукт и целевую аудиторию, так 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 овладение комплексом различных приёмов и техник создания медиатекстов. Работа над текстом, созданным по драматизированной коммуникативной</p>	<p>УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3;  ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3;  ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3;  ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-5.3;  ПК-6.1; ПК-6.2; ПК-6.3;  ПК-7.1; ПК-7.2; ПК-7.3</p>

		<p>модели, предполагает наличие знаний и умений в области сценарного мастерства, а создание проекта интернет-рекламы, помимо традиционной работы над созданием текста, включает и основы SEO-копирайтинга.</p> <p>Цель дисциплины: научить студентов составлять воздействующие и грамотно составленные рекламные тексты на армянском и русском языке.</p> <p>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».</p> <p>Базовой основой для изучения курса являются дисциплины, освоенные студентами на ранних курсах такие как: «Основы маркетинга», «Социология», «Армянского языка профессионального общения», «Русский язык профессионального общения».</p> <p>Трудоемкость дисциплины в академических часах – 108; Кредиты – 3; Форма контроля – зачет.</p>	
<p><b>Б1.В.ДВ.02.02</b></p>	<p><b>Маркетинговые проекты на армянском рынке</b></p>	<p>Дисциплина «Маркетинговые проекты на армянском рынке» представляет из себя практическое применение теоретических основ маркетинга на конкретном рынке. Методы анализа рынка, его специфику, особенности. Определение важности маркетинга для организации. Разновидности применяемых тактик на рынке РА. Определение проекта, из чего он состоит. Изучение отраслей экономики РА, рассматривание методик и стратегий маркетинга, применяемых в отраслях. Инновации. Этические нормы и законодательные основы в РА по части маркетинга.</p> <p>Дисциплина «Маркетинговые проекты на</p>	<p>УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-6.1; ПК-6.2; ПК-6.3; ПК-7.1; ПК-7.2; ПК-7.3; ПК-8.1; ПК-8.2; ПК-8.3; ПК-9.1; ПК-9.2; ПК-9.3</p>

		<p>армянском рынке» тесно взаимосвязана как с общим курсом «Маркетинга», а также с дисциплиной «Экономика».</p> <p>Для полного освоения курса дисциплины «Маркетинговые проекты на армянском рынке» студент должен владеть следующими основными знаниями, умениями и навыками:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Иметь базовые знания о теории маркетинга;</li> <li>• Владеть основными знаниями в экономической теории и понимать структуру работы рынка;</li> <li>• Понимать структур и особенности маркетинговых компаний;</li> <li>• Владеть навыками командной работы;</li> <li>• Владеть навыками профессионального общения, соблюдая нормы и требования профессиональной этики;</li> </ul> <p>Трудоемкость дисциплины в академических часах – 72; Кредиты – 2; Форма контроля – зачет.</p>	
<p><b>Б1.В.ДВ.02.03</b></p>	<p><b>Креатив в рекламе и СО</b></p>	<p>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.</p> <p>Семинарские занятия проводятся в виде дискуссий, содержание которых является</p>	<p>ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3;  ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3;  ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-5.3;  ПК-7.1; ПК-7.2; ПК-7.3</p>

		<p>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.</p> <p>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», «Работа с текстами в рекламе и СО», «Современные технологии в рекламе и СО».</p> <p>Предполагается, что приступая к изучению данного курса, студенты должны обладать теоретическими основами создания рекламного</p>	
--	--	--	--

		<p>сообщения, знать место креатива в рекламе и в системе маркетинговых мероприятий в целом, иметь понятие маркетинговой стратегии, понятие креатива в маркетинге, знать основные теоретические концепции креативности, творческие платформы, уметь выбрать рекламные идеи и модели рекламных идей из мировой креативной практики, знать методологию креативного мышления в рекламе</p> <p>Трудоемкость дисциплины в академических часах – 108; Кредиты – 3; Форма контроля – зачет.</p>	
<b>Б1.В.ДВ.02.04</b>	<b>Экология и задачи социальной рекламы</b>	<p>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 экологических сознания и мировоззрения, инструменты экологической рекламы и экологические сертификаты.</p> <p>Данная дисциплина связана со следующими дисциплинами учебного плана как «Социология», «Основы маркетинг», «История возникновения и развития рекламы».</p> <p>Исходный уровень знаний, умений и навыков для прохождения данной дисциплины студент должен получить на занятиях по русскому языку, философии, социологии, маркетингу.</p> <p>Трудоемкость дисциплины в академических часах – 72; Кредиты – 2; Форма контроля – зачет.</p>	УК-7.1; УК-7.2; УК-7.3; УК-8.1; УК-8.2; УК-8.3
<b>Б1.В.ДВ.02.05</b>	<b>Современный дизайн и компьютерная графика</b>	<p>Дисциплина направлена на формирование знаний и навыков в области компьютерной графики и дизайна. Основной задачей дисциплины является развитие навыков графической деятельности, художественных способностей, дизайнерского мышления и</p>	ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3; ПК-7.1; ПК-7.2; ПК-7.3

		<p>креативности. Данные задачи реализуются посредством приобретения теоретических знаний и практических навыков графического дизайна, освоения методов и принципов проектирования объектов графического дизайна, развития художественного и дизайнерского мышления.</p> <p>Дисциплина имеет межпредметную связь с такими дисциплинами как “Современные информационные технологии в рекламе и PR”, “Искусство и литература”, “Digital маркетинг”, “Искусство презентации”, “Креатив в рекламе и СО”.</p> <p>Навык самостоятельной творческой работы, использования креативного мышления, анализа и восприятия информации</p> <p>Трудоемкость дисциплины в академических часах – 72; Кредиты – 2; Форма контроля – зачет.</p>	
<p><b>Б1.В.ДВ.02.06</b></p>	<p><b>Корпоративная культура</b></p>	<p>Дисциплина «Корпоративная культура» изучает возникновение и становление корпорации, корпоративизма и корпоративной культуры. Понятие, сущность и определение современной корпоративной культуры. Основные понятия и ценности корпоративной культуры. Структура современной корпоративной культуры. Основные функции современной корпоративной культуры. Современная корпоративная культура как сложная и открытая система. Формирование и развитие корпоративной культуры предприятия.</p> <p>Дисциплина « Корпоративная культура» тесно взаимосвязана как с общим курсом «Психология и педагогика», а также с дисциплиной «Основы делового общения и деловой этикет». Курс дисциплины «Корпоративная культура» во многом опирается на знания об организационных структурах, моделях и формах их функционирования и их классификации.</p> <p>Для полного освоения курса дисциплины «Корпоративная культура» студент должен владеть</p>	<p>УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; ПК-6.1; ПК-6.2; ПК-6.3; ПК-9.1; ПК-9.2; ПК-9.3</p>

		<p>следующими основными знаниями, умениями и навыками:</p> <p><b>Иметь</b> базовые знания о структуре организации и функционировании ее отдельных элементов; Владеть основными навыками психологических особенностей общения в больших и малых организациях разных сфер деятельности;</p> <p><b>Владеть</b> навыками профессионального общения, соблюдая нормы и требования профессиональной этики;</p> <p><b>Понимать</b> структуру и особенности функционирования управления персоналом.</p> <p>Трудоемкость дисциплины в академических часах – 72; Кредиты – 2;</p> <p>Форма контроля – зачет.</p>	
<b>Б1.В.ДВ.04.02</b>	<b>Язык и стиль рекламы</b>	<p>Дисциплина "Язык и стиль рекламы" способствует формированию у студентов целостного системного представления о функционировании языка в его стилевых разновидностях в коммуникативном, прагматическом и когнитивном аспектах.</p> <p>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.</p> <p>Лекции и практические занятия строятся с опорой на изученные ранее курсы, связанные с общелингвистической подготовкой студентов: «Русский язык профессионального общения», «Современный русский язык в рекламе и СО» и «Мастерство копирайтинга». Межпредметные</p>	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3

		<p>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.</p> <p><b>Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь</li> <li>• Владение основами речи, знание ее видов, правил речевого этикета и ведения диалога, законов композиции и стиля, приемов убеждения</li> </ul> <p>Трудоемкость дисциплины в академических часах – 72; Кредиты – 2; Форма контроля – зачет.</p>	
<b>Б1.В.ДВ.04.02</b>	<b>История и актуальные проблемы журналистики</b>	<p>Дисциплина «История и актуальные проблемы журналистики» направлена является освоение теоретических знаний в области журналистики, таких как формирование у студентов системных представлений об основных тенденциях развития отечественной журналистики XVIII – XXI веков, о значении армянской периодической печати в культурном наследии прошлого и её влиянии на функционирование современных СМИ, об основных этапах и особенностях развития отечественного радиовещания, телевидения, информационных агентств, издательской деятельности, о ведущих тенденциях и проблемах функционирования системы армянских СМИ на современном этапе; приобретение умений, таких как способность анализировать творчество ведущих журналистов, публицистов прошлого и настоящего и применять их приёмы и методы на практике, анализировать различные типы СМИ и выявлять проблемы их функционирования.</p>	УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3

		<p>Целью освоения дисциплины является: изучение истории отечественной и мировой журналистики со времени возникновения до нынешнего ее состояния, изучение процессов типологического развития средств массовой информации в связи с национальными особенностями и общими тенденциями социального и культурного взаимодействия государств и народов, формирование списка актуальных вопросов, затрагивающих интересы мирового сообщества.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- изучение процессов типологического развития средств массовой информации;</li><li>- изучение теоретических основ журналистики, основных закономерностей исторического развития западных и отечественных СМИ;</li><li>- формирование списка актуальных вопросов, затрагивающих интересы мирового сообщества.</li><li>- оценка действенности и эффективности СМИ;</li><li>- нахождение путей решения актуальных проблем современного информационного общества.</li></ul> <p>Данная учебная дисциплина входит в учебном плане в часть, формируемую участниками образовательных отношений, относится к элективным дисциплинам указанного блока учебного плана, является частью системы дисциплин, формирующих универсальные и профессиональные компетенции.</p> <p>Курс содержательно опирается на знания, полученные в ходе изучения дисциплин: «Теория и практика массовой информации», «Основы теории коммуникации».</p> <p>Учебная дисциплина формирует знания и умения для освоения следующих дисциплин учебного плана: «Реклама и СО в политике и управление общественным мнением».</p> <p>«История и актуальные проблемы журналистики»:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>•иметь представление об основных исторических</li></ul>	
--	--	---	--

		<p>направлениях в развитии общества;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•знать грамматические и лексические правила русской и армянской речи, ориентироваться в основных гуманитарных проблемах современности;</li> <li>•уметь высказываться по данному поводу.</li> </ul> <p>Трудоемкость дисциплины в академических часах – 72; Кредиты – 2; Форма контроля – зачет.</p>	
<b>Б1.В.ДВ.04.03</b>	<b>Фотомастерство</b>	<p><b>Целями</b> освоения дисциплины является освоение знаний, составляющих основу научных представлений об искусстве фотографии.</p> <p><b>Задачами</b> освоения дисциплины является овладение умениями работать с растровой графикой с помощью ИКТ; обучению порядку и способам создания цифровых изображений, средствам их обработки; выработка навыков применения средств ИКТ при создании нужного типа фотографии в учебной деятельности и при дальнейшем освоении направлений профессиональной деятельности.</p> <p>Данная учебная дисциплина входит в вариативную часть ООП 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиля обучения «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере», содержательно связана с курсом «Современные информационные технологии в профессиональной сфере», помогает в освоении дисциплин «Современный дизайн и компьютерная графика», «Разработка и технологии производства коммуникативного продукта».</p> <p>Для успешного освоения дисциплины «Фотомастерство» в качестве уровня начальной подготовки обучающийся должен иметь представление об основных современных информационных технологиях; знать технику</p>	<p>УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3</p>

		<p>безопасности при работе с компьютером</p> <p>Трудоемкость дисциплины в академических часах – 72; Кредиты – 2; Форма контроля – зачет.</p>	
<b>ФТД.В.02</b>	<b>Армянский язык (слабая группа)</b>	<p>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.</p> <p>Дисциплина связана с дисциплинами “Мастерство копирайтинга и особенности рекламных текстов на армянском языке” и “Литературное редактирование текстов на армянском языке”</p> <p>При изучении дисциплины предполагается, что студент владеет основами армянского языка в рамках среднеобразовательной программы</p> <p>Трудоемкость дисциплины в академических часах – 144; Кредиты – 4; форма контроля – зачет.</p>	<b>УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3</b>
<b>Б2.В.01(У)</b>	<b>Учебная практика (профессионально - ознакомительная практика)</b>	<p>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.</p> <p>Учебная практика базируется на освоении следующих учебных курсов: «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «История возникновения и развития рекламы» .</p> <p>Прохождение учебно-ознакомительной практики создаёт базу для успешного освоения последующих курсов теоретической и практической подготовки, таких как:</p> <p>«Основы интегрированных коммуникаций рекламы и</p>	<p>УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-7.1; УК-7.2; УК-7.3; УК-8.1; УК-8.2; УК-8.3; УК-9.1; УК-9.2; УК-9.3; УК-10.1; УК-10.2; УК-10.3; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3; ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-</p>

		СО», «Основы маркетинга», «Креатив в рекламе» и т.д. Трудоемкость дисциплины в академических часах – 432; Кредиты – 12; Форма контроля – зачет, зачет, зачет.	5.3; ПК-6.1; ПК-6.2; ПК-6.3; ПК-7.1; ПК-7.2; ПК-7.3; ПК-8.1; ПК-8.2; ПК-8.3; ПК-9.1; ПК-9.2; ПК-9.3
--	--	--	---