

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

РЕЛИГИОВЕДЕНИЕ

(Б1.В.ДВ.2.1)

Религиоведение

краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор – составитель:

К.ист.н. доцент кафедры ПНиТ Е.В. Бадаев

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

ПК-6 - способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации

2. План курса:

Раздел 1.Религиоведение: основные теоретические проблемы

Тема 1.1. Религия: понятие, структура и функции

Религиоведение как комплексная дисциплина. Предмет религиоведения. Структура религиоведения. Богословско-теологический подход к изучению религии. Научно-философский подход к изучению религии.

Понятие и структура религии. Определение понятия «религия». Структурные элементы религии. Религиозная вера: религиозные представления и религиозные чувства. Уровни религиозного сознания: обыденное и теоретическое. Культовая и внекультовая религиозная деятельность. Понятия «культ» и «обряд». Религиозные отношения. Религиозные организации. Типы религиозных организаций: церковь, секта и деноминация.

Функции религии: мировоззренческая, смыслообразующая, коммуникативная, интегрирующе-дезинтегрирующая, компенсационная, регулятивная, легитимизирующая.

Классификации религий. Критерии классификации религий. Живые и мёртвые религии. Национальные и мировые религии. Политеистические и монотеистические религии. Естественные религии и религии откровения.

Место религии в системе культуры. Религия и мифология. Религиозная культура. Религиозная философия. Религиозная мораль. Религиозное искусство.

Тема 1.2. Происхождение и развитие религиозных представлений

Развитие религии в контексте развития человеческого общества. Развитие религий в соотнесении с развитием других сфер общественной жизни: политики и экономики. Религия и формы мировоззрения на разных этапах развития человеческого общества.

Проблема происхождения религии. Богословско-теологическая и научно-философская точка зрения на возникновение религий. Время зарождения религиозных представлений. Причины появления религии.

Религиозные представления первобытных людей. Политеизм первобытных религий. Ранние формы религии. Значение религиозных

ритуалов для первобытного человека. Понятие табу. Постепенное усложнение форм религии по мере развития общества.

Особенность языческих религий Древнего мира: их формирование, пережитки первобытных культов, отражение в них существующих общественно-политических и семейных отношений, практический характер религиозных действий, веротерпимость.

Религия в Средние века, Новое и Новейшее время. Широкое распространение трёх мировых религий, обладающих высоким духовно-нравственным потенциалом. Их основные черты. Появление свободомыслия и атеизма. Многообразие представлений о религии в современном мире. Распространённость мировых и национальных религий, а также атеизма в современном мире: статистические данные.

Раздел 2. Религии мира: история, основные догматы и течения

Тема 2.1. Национальные религии

Даосизм как религиозно-философское учение. Условия возникновения и этапы развития конфуцианства. Учение о Дао. Относительность бытия, жизни и смерти. Принцип недеяния. Представление о бессмертии и пути его достижения.

Конфуцианство: религиозно-философское и политическое учение. Личность Конфуция. Условия возникновения и этапы развития конфуцианства. «Благородный муж» как нравственный идеал человека. Роль ритуала. Отношение к старшим в конфуцианстве. Конфуцианские представления об управлении государством.

Зороастризм – древнеиранская религия. Личность Заратуштры. Условия возникновения и этапы развития зороастризма. Борьба двух начал в мире. Зороастрийские божества. Представления о свободе. Зороастрийский культ.

Индуизм. Условия возникновения и этапы развития индуизма: ведических, брахманических и индуистских этапы. Наиболее почитаемые боги. Вишнуизм и шиваизм.

Основы индуистского вероучения. Понятие дхармы, брахмана, атмана, сансары, кармы, йоги. Индуистский культ. Связь кастово-варновой системы с индуизмом.

Иудаизм. Условия формирования иудаизма. Этапы его развития: политеизм древнееврейских племён, постепенное складывание монотеистической религии. Связь истории иудаизма с историей еврейского народа.

Основы вероучения иудаизма. Танах и Талмуд как источники вероучения. Принцип монотеизма в иудаизме. Богоизбранность еврейского народа, завет его с Богом. Идея мессианства. Десять заповедей.

Основы иудаистского культа. Наиболее значимые обряды и праздники. Организационная структура иудаистской общины. Раввин и синагога.

Тема 2.2. Буддизм как мировая религия

Территория распространения буддизма.

Жизненный путь Будды. Политическая и религиозная обстановка в Индии накануне возникновения буддизма. Происхождение, детство и юность Сиддхартхи Гаутамы. Три судьбоносные встречи и отшельничество. Просветление – открытие четырёх благородных истин. Проповедническая деятельность Будды.

Основы вероучения и культа в буддизме. Связь буддизма с брахманистской традицией. Четыре благородные истины. Представления о колесе сансары и нирване в буддизме. Бодхисатвы. Восьмеричный путь. Буддистский культ. Монашество в буддизме.

Этапы развития и основные направления буддизма. Этапы развития буддизма. Махаяна и хинаяна: особенности и территория распространения. Чань-Буддизм (дзен-буддизм) и ламаизм.

Тема 2.3. Возникновение и развитие христианства

Территория распространения христианства.

Личность Иисуса Христа и проблема её историчности. Обстановка в Иудее накануне возникновения христианства: политический кризис, мессианские и эсхатологические настроения, религиозно-духовные искания. Евангельские свидетельства о семье и рождении Иисуса. Представление о непорочном зачатии Христа. Иоанн Креститель и объявление Иисуса мессией. Проповедническая деятельность Христа и его гибель.

Проблема историчности Иисуса Христа. Богословско-теологический подход к этой проблеме. Научно-философский подход: историческая и мифологическая школы.

Условия формирования христианства. Время, место и условия возникновения новой религии. Истоки христианства. Социальные, политические и духовные предпосылки перерастания христианства из течения в рамках иудаизма в мировую религию.

Основные этапы развития христианства. Возникновение первой общины верующих вокруг основоположника религии. Апостолы. Распространение христианства по всей территории Римской империи и особая роль в этом апостола Павла. Проблема гонений на христиан. Становление христианских церквей. Принятие христианства в качестве государственной религии Римской империи. Вселенские соборы. Разделение христианства на католичество и православие. Реформация и появление протестантизма. Христианство в условиях секуляризации сознания, жизни и культуры.

Тема 2.4 Основы христианского вероучения и культа

Священное писание и Священное предание христиан. Структура Библии. Ветхий Завет: канонические и неканонические книги. Новый Завет: евангелия, деяния апостолов, послания апостолов и откровение Иоанна Богослова. Священное предание: апокрифы, сочинения «отцов церкви»,

жития святых и др. Отношение к Священному преданию различных христианских конфессий.

Основы христианского вероучения. Никео-Константинопольский символ веры и следующие из него положения вероучения: монотеизм и три ипостаси Бога, богочеловеческая природа Христа и др. Положения христианского вероучения, не следующие из Символа веры. Качества, присущие Богу. Отношения между человеком и Богом, идея спасения. Учение о рае и аде, Страшном суде и т.д.

Основы христианского культа. Семь христианских таинств. Деление людей на клириков и мирян. Молитвы. Посты. Христианские праздники. Поклонение кресту. Культ святых: иерархия святых и условия канонизации. Монашество в христианстве.

Тема 2.5. Основные направления христианства

Католичество и православие. Формирование двух основных направлений христианства.

Догматические расхождения между католичеством и православием: проблема филиокве, учение о чистилище, почитание Богородицы. «Сверхдолжные дела», индульгенции и догмат о непогрешимости римского папы в католичестве.

Канонические расхождения между католичеством и православием: осуществление таинств крещения и евхаристии, отношение к таинству брака, особенности поклонения кресту, организация монашества, особенности богослужения и устройства храма.

Римская католическая церковь: её глава, система органов власти, организация управления, католическое духовенство.

Автокефальные православные церкви (на примере одной из церквей): их главы, система органов власти, организация управления, православное духовенство.

Протестантизм. Реформация и возникновение протестантизма. Основные положения протестантского вероучения и культа, сформулированные М. Лютером. Ж. Кальвин и У. Цвингли.

Основные направления протестантизма с их особенностями: лютеранство, кальвинизм, англиканство, методизм, баптизм, адвентизм и пятидесятничество.

Тема 2.6. Возникновение и развитие ислама

Территория распространения ислама.

Условия возникновения ислама. Социально-экономические, политические и духовные условия в Аравии в эпоху возникновения ислама. Одновременное формирование монотеистической религии и государственности у арабов. Источники формирования ислама.

Личность Мухаммеда. Происхождение, детство и юность Мухаммеда. Откровение в пещере на горе Хира. Архангел Джабраил и видения Мухаммеда. Мирадж (вознесение на небеса). Начало проповеднической деятельности Мухаммеда и отношение к ней жителей Мекки. Хиджра

(бегство из Мекки в Медину). Основание первой мусульманской общины. Война Медины с Меккой. Смерть пророка. Мухаммед как основатель новой религии и первого арабского государства.

Основные этапы развития ислама. Арабский халифат и его правители. Распространение ислама по территории Азии и Африки. Османская империя как новый центр ислама. Ислам в современном мире: тенденции реформаторства и фундаментализм.

Тема 2.7. Особенности вероучения и культа в исламе. Направления ислама

Священное писание и Священное предание мусульман. Коран: история написания, структура и содержание. Сунна.

Основные положения мусульманского вероучения. Принцип монотеизма в исламе. Представление об Аллахе, ангелах и джиннах. Пророки в исламе. Вера в предвечность Корана, предопределение и загробное воздаяние. Представления о рае и аде, о Страшном суде.

Особенности культовой деятельности в исламе. Пять «столпов веры». Джихад (газават). Запреты и предписания в исламе. Основные мусульманские праздники. Адат и шариат. Положение женщины в исламе. Религиозная организация у мусульман: община верующих (умма). Мечеть как религиозный центр. Религиозное образование: мектеб и медресе.

Основные направления ислама. Спор о принципах наследования религиозной и светской власти. Хариджиты. Основные направления ислама – суннизм и шиизм. Шиитское учение об имамате. Религиозная практика суфизма.

Тема 2.8. Нетрадиционные религии

Характеристика нетрадиционных религий. Понятие нетрадиционных религий и причины их возникновения. Характерные черты нетрадиционных религий. Способы вовлечения людей в нетрадиционные культы. Что даёт человеку нетрадиционная религия? Негативные стороны существования нетрадиционных религий.

Виды и примеры нетрадиционных религий. Неохристианские объединения («Свидетели Иеговы»), Неоориенталистские культы («Международное общество сознания Кришны»), неоязыческие культы («Славянская языческая община»), сатанистские культы («Церковь сатаны»), сайентологические культы («Церковь сайентологии»).

Раздел 3. Религия в современном мире

Тема 3.1. Свободомыслие. Секуляризация и клерикализация в современном мире

Свободомыслие: понятие, формы, этапы развития. Понятие свободомыслия и факторы, влияющие на его развитие. Скептицизм, антиклерикализм, индефферентизм, агностицизм, атеизм, нигилизм. Этапы

развития свободомыслия. Толерантность по отношению к религии (веротерпимость). Соотношение понятий «нравственность», «духовность», «культура» и «религиозность».

Секуляризация в современном мире. Понятие секуляризации. Процесс секуляризации в прошлом. Проявления секуляризации в современном мире. Оценка учёными процесса секуляризации.

Клерикализация в современном мире. Понятие клерикализации. Процесс клерикализации в разные эпохи. Черты клерикализации в современном мире у представителей различных религий.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1. Религиоведение: основные теоретические проблемы		
Тема1.1.	Религия: понятие, структура и функции	Работа в группе по выполнению задания преподавателя заданного в устной форме (Участие в дискуссии, устные ответы на вопросы, комментарии)
Тема 1.2.	Происхождение и развитие религиозных представлений	
Раздел 2. Религии мира: история, основные догматы и течения		
Тема 2.1.	Национальные религии: даосизм, конфуцианство, зороастризм, индуизм, иудаизм	Устный ответ на вопросы
Тема 2.2.	Буддизм как мировая религия	
Тема 2.3.	Возникновение и развитие христианства	Работа в группе по выполнению задания преподавателя заданного в устной форме (Участие в дискуссии, устные ответы на вопросы, комментарии)
Тема 2.4.	Основы христианского вероучения и культа	
Тема 2.5.	Основные направления христианства	
Тема 2.6.	Возникновение и развитие ислама	
Тема 2.7.	Особенности вероучения и культа в исламе. Направления ислама	
Раздел 3. Религия в современном мире		
Тема 3.1. Свободомыслие. Секуляризация и клерикализация в современном мире		Предоставление доклада в устном виде (выступление с презентацией)

Форма промежуточной аттестации: **зачет**.

4. Основная литература

1. Горелов, А. А. История мировых религий [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А. А. Горелов. - 5-е изд., стереотип. – Электрон. дан. - Москва : Флинта, 2016. - 360 с. - Доступ из ЭБС изд-ва «Лань». - Режим доступа :<http://e.lanbook.com/book/85883>, требуется авторизация. - Загл. с экрана. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». - Режим доступа :<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83435>, требуется авторизация. - Загл. с экрана.
2. История религии в 2 т. Том 1. Книга 1. Происхождение религии. Автохтонные религии и религии древнего мира [Электронный ресурс] : учеб. для акад. бакалавриата / И. Н. Яблоков [и др.] ; отв. ред. И. Н. Яблоков. — 4-е изд., перераб. и доп. – Электрон. дан. — Москва : Издательство Юрайт, 2016. — 271 с. — Доступ из ЭБС изд-ва «Юрайт». — Режим доступа :<https://www.biblio-online.ru/book/CEE4613F-B139-42F7-BF86-8C3134824CA0>, требуется авторизация. — Загл. с экрана.
3. История религии в 2 т. Том 1. Книга 2. Религии древнего мира. Народностно-национальные религии [Электронный ресурс] : учеб. для акад. бакалавриата / И. Н. Яблоков [и др.] ; отв. ред. И. Н. Яблоков. — 4-е изд., перераб. и доп. – Электрон. дан. — Москва : Издательство Юрайт, 2016. — 276 с. — Доступ из ЭБС изд-ва «Юрайт». — Режим доступа :<https://www.biblio-online.ru/book/7FBC0D2A-E075-4544-A4F2-5D02E49989B5>, требуется авторизация. — Загл. с экрана.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ПОЛИТИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ В РОССИИ (Б1.В.ДВ.5.2)

краткое наименование дисциплины - Полит.коммуникации

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор – составитель:

к.полит.н. доцент кафедры ПНиТ

А.М. Барсуков

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

ПК-6 - способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

2. План курса:

Раздел 1. Политические коммуникации: методологический аспект

Тема 1.1. Теоретико–методологические основы изучения политической коммуникации

Информация, коммуникация, сообщение, текст. Природа и строение информационно–политической сферы общественной жизни. Предмет, объект политической коммуникативистики, ее методы и функции. Основные научные подходы к пониманию политической коммуникации. Подходы к пониманию политической коммуникации. Модели политической коммуникации. Сущность и признаки политической коммуникации. Соотношение между политической и массовой коммуникацией. Факторы политических коммуникаций. Типология политических коммуникаций.

Тема 1.2. Информационно–коммуникативные процессы в сфере политики

Роль политической коммуникации в обществе и ее основные функции. Уровни политической коммуникации. Виды политической коммуникации. Личность как субъект политической коммуникации. Формы участия личности в политической деятельности. Коммуникация как атрибут политической деятельности. Политика, власть и политическая система: коммуникационные аспекты. Власть как форма политической коммуникации. Политическая система общества: коммуникационное определение. Функциональный анализ и компонентный состав политической системы. Субъекты политики. Политический актор. Социальная информация и управление обществом.

Тема 1.3. Государственная информационная политика

Понятие и сущность государственной информационной политики. Концептуальные принципы формирования государственной информационной политики. Структура и элементы государственной информационной политики. Стратегии и технологии государственной информационной политики. Российская государственная информационная политика. Информационные кампании. Государство и медиаструктуры в

условиях демократии. Государство как важнейший субъект на информационном рынке. Сущность государственной информационной политики. Критерии выработки информационной политики государства.

Тема 1.4. Лоббистские группы в процессе политической коммуникации

Коммуникативные стратегии партий: цели, целевые аудитории, каналы, сообщения, коммуникативные средства. Виды коммуникативных стратегий партий. Корпоративный партийный сайт и блог. Партийная газета. Партийные коммуникативные акции и интеракции: съезд, информационно-коммуникационные кампании, митинги, демонстрации, пикеты. Взаимодействие партий и СМИ. Особенности, средства и технологии в лоббистской коммуникации. Коммуникативные стратегии лидеров: цели, целевые аудитории, каналы, сообщения, коммуникативные средства. Виды лидерских коммуникативных стратегий.

Тема 1.5. Политика государства в области информационной безопасности

Причины и факторы усиления внимания к проблемам информационной безопасности в России. Моделирование государственной политики в области информационной безопасности. Информационные угрозы и национальные интересы. Механизмы нарушения информационной безопасности государства. Основные направления обеспечения информационной безопасности государств. Глобализация и защита национальных интересов России в СМИ.

Раздел 2. Коммуникативные технологии в политике

Тема 2.1. Технологии и способы продвижения информации в политической коммуникации

Понятие коммуникативных технологий. Виды коммуникативных технологий. Политическая агитация как технология: сущность, особенности, функции. Политическая пропаганда как технология: сущность, приемы, способы воздействия на сознание и поведение. Политическая реклама: сущность, особенности, функции, виды, способы оказания воздействия. Политический пиар: понятие, характеристики, средства, приемы, задачи. Политический имиджмейкинг: понятие, характеристики, средства, приемы, функции. Понятие имиджа. Структура имиджа лидера, организации, страны. Способы и этапы формирования имиджа. Типология имиджей. Политический маркетинг: концепции и технологии.

Тема 2.2. Средства массовой информации как инструмент политической коммуникации

Функции СМИ. Стиль деятельности современных СМИ. Основные модели взаимодействия СМИ с государством. Проблемы экономической и

политической свободы СМИ в переходных обществах. Политическая цензура и гражданский контроль за деятельностью СМИ. Виды эффективности СМИ (социально–политические, корпоративные, внутриорганизационные). Политическая деятельность медиа–холдингов в России. Специфика деятельности основных СМИ. Аудитория как объект направленного информационного воздействия: возможности и пределы политической социализации. Обратная связь: СМК в поле действия социально–политических сил.

Тема 2.3. Политический дискурс и способы его организации

Понятие дискурса. Теория дискурса: ее основное содержание. Дискурс как искусство управления процессом коммуникации. Дискурс как коммуникативное событие. Диалогизм – принцип любого высказывания. Виды дискурсов: политические дискурсы (дискурсы демократии, авторитаризма, популизма, гражданственности, парламентаризма, расизма и др.), медиадискурсы (PR–дискурс, ТВ–дискурс, дискурс рекламы и др.), дискурсы идентичности (национальной, наднациональной, региональной и др.) и др.

Тема 2.4. Практики поддержания политического дискурса

Коммуникативные события. Информационные поводы. Понятие информационной кампании. Структура информационной кампании. Модель информационной кампании. Виды информационных кампаний. Информационные войны. Субъекты избирательной кампании. Средства поддержания политического дискурса в избирательной кампании: агитационные, пропагандистские, рекламные, имиджевые, маркетинговые. Стратегия и тактика избирательной кампании. Проектирование избирательной кампании. Использование СМИ в избирательной кампании. Интернет–коммуникации в избирательной кампании

Тема 2.5. Эффективность политических коммуникаций

Понятие эффективности коммуникаций. Характеристики эффективности СМИ. Методы исследования и анализа политических коммуникаций. Понятие контент–анализа.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)	Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1. Политические коммуникации: методологический аспект	
Тема 1.1. Теоретико–методологические основы изучения политической коммуникации	Устные ответы на вопросы
Тема 1.2. Информационно–коммуникативные процессы в сфере политики	Написание эссе

Тема 1.3. Государственная информационная политика	Устные ответы на вопросы
Тема 1.4. Лоббистские группы в процессе политической коммуникации	Написание доклада
Тема 1.5. Политика государства в области информационной безопасности	Ответы на вопросы тестирования
Раздел 2. Коммуникативные технологии в политике	
Тема 2.1. Технологии и способы продвижения информации в политической коммуникации	Написание доклада
Тема 2.2. Средства массовой информации как инструмент политической коммуникации	Написание эссе
Тема 2.3. Политический дискурс и способы его организации	Устные ответы на вопросы
Тема 2.4. Практики поддержания политического дискурса	Устные ответы на вопросы
Тема 2.5. Эффективность политических коммуникаций	Написание контрольной работы

Форма промежуточной аттестации: **зачет**.

4. Основная литература

1. Гаврилова, М.В. Политическая коммуникация XX века [Электронный ресурс]: учеб. пособие / М.В.Гаврилова. – Электрон. дан. - Санкт-Петербург. : Изд-во Невского ин-та языка и культуры, 2008. - 92 с. – Доступ из Унив. б-ки ONLINE. - Режим доступа://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=137744, требуется авторизация (дата обращения 15.08.2016). – Загл. с экрана.

2. Гринберг, Т. Э. Политические технологии: ПР и реклама: учеб. пособие для студентов вузов / Т. Э. Гринберг. - Изд. 2-е, испр. - Москва: Аспект Пресс, 2012. – 280 с. – То же [Электронный ресурс]. – Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа :<http://www.iprbookshop.ru/9021>, требуется авторизация (дата обращения : 15.08.2016). – Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
Факультет политики и международных отношений
Кафедра гражданского права и процесса

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

СОЦИАЛЬНАЯ ЗАЩИТА ЛЮДЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

(Б1.В.ДВ.2.3)

не устанавливается

краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в

публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: бакалавр

формы обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Авторы–составители:

Канд.юрид.наук, доцент

доцент кафедры гражданского права и процесса М.А. Горожанкина

Новосибирск, 2019 г.

1. Цель освоения дисциплины

Целью дисциплины является формирование компетенций в области социальной защиты лиц с ограниченными возможностями.

Исходя из цели, учебная дисциплина «Социальная защита людей с ограниченными возможностями здоровья» ставит следующие *задачи*:

- изучение новейшего федерального законодательства о социальном обеспечении и защите инвалидов;
- изучение теоретических основ социальной защиты и обеспечения;
- формирование у студентов представления о социальной защите людей с ограниченными возможностями здоровья; о роли государственной поддержки инвалидов и членов их семей в современной России;
- освоение компетенций, способствующих социальной мобильности и высокой востребованности выпускника на рынках труда Сибирского федерального округа.

2. План курса

Раздел 1. Социальная обеспечение в РФ: правовая характеристика

Тема 1.1 Правовое регулирование социального обеспечения в России

Понятие и функции социального обеспечения.

История развития социального обеспечения в России.

Социальное обеспечение: международный опыт.

Понятие, предмет, метод, система права социального обеспечения (общая, особенная, специальная части).

Источники права социального обеспечения. Нормы Конституции РФ в сфере социального обеспечения. Иерархия нормативно-правовых актов. Действие нормативно-правовых актов во времени, в пространстве и по кругу лиц. Роль судебной практики

Тема 1.2 Правовое положение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья как субъектов социального обеспечения

Понятие и модели инвалидности в свете международных правовых стандартов.

Соотношение понятий «инвалид» и «лицо с ограниченными возможностями здоровья».

Ребенок-инвалид как субъект социального обеспечения.

Правосубъектность инвалидов и расширение их участия в гражданской, политической, экономической, социальной и культурной жизни при равных возможностях.

Основополагающие международные принципы регулирования отношений с участием инвалидов, лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Основные права и свободы лиц, являющихся инвалидами, гарантии их реализации.

Раздел 2 Социальное обеспечение и социальная защита лиц с ограниченными возможностями

Тема 2.1 Пенсионное обеспечение инвалидов

Понятие и виды пенсий для инвалидов.

Государственное пенсионное обеспечение инвалидов: порядок назначения и выплаты пенсий.

Пенсии инвалидов в системе обязательного пенсионного страхования: порядок назначения и выплаты страховых пенсий инвалидам. Особенности определения размера страховых пенсий инвалидам.

Тема 2.2 Медицинская помощь и лечение

Основные принципы охраны здоровья граждан.

Права инвалидов в области охраны здоровья.

Виды медико-социальной помощи: первичная медико-санитарная помощь; скорая медицинская помощь; специализированная медицинская помощь; медико-социальная помощь гражданам, страдающим социально значимыми заболеваниями и заболеваниями, представляющими опасность для окружающих.

Программа гарантированных государством бесплатных медицинских услуг.

Лекарственная помощь. Круг лиц, пользующихся лекарственной помощью бесплатно или на льготных условиях.

Санаторно-курортное лечение.

Тема 2.3 Социальное обслуживание и льготы лицам с ограниченными возможностями

Общая характеристика системы социального обслуживания как одного из элементов общегосударственной системы социального обеспечения. Понятие и виды социального обслуживания

Стационарное и полустационарное обслуживание в учреждениях социального обслуживания; социально-медицинское обслуживание на дому, срочное социальное обслуживание; социально-консультативная помощь.

Профессиональная реабилитация лиц с ограниченными возможностями здоровья. Профессиональная ориентация инвалидов, обеспечение их занятости и социально-бытовое обслуживание.

Транспортное обслуживание инвалидов. Протезно-ортопедическая помощь. Льготы инвалидам: понятие и виды. Роль ПФР и органов социальной защиты населения в системе социальной защиты лиц с ограниченными возможностями.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Для проведения занятий по очной форме обучения

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1	Социальное обеспечение в РФ: правовая характеристика	
Тема 1.1	Правовое регулирование социального обеспечения в России	Устный/письменный ответ на вопросы Решение тестового задания на бумажном носителе
Тема 1.2.	Правовое положение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья как субъектов социального обеспечения	Устный/письменный ответ на вопросы Решение тестового задания на бумажном носителе
Раздел 2	Социальное обеспечение и социальная защита лиц с ограниченными возможностями	
Тема 2.1	Пенсионное обеспечение инвалидов	Устный/письменный ответ на вопросы Решение тестового задания на бумажном носителе
Тема 2.2	Медицинская помощь и лечение	Устный/письменный ответ на вопросы Решение тестового задания на бумажном носителе

Тема 2.3	Социальное обслуживание и льготы лицам с ограниченными возможностями	Устный/письменный ответ на вопросы Решение тестового задания на бумажном носителе

Форма промежуточной аттестации – зачет

4. Основная литература

1. Технология социальной работы [Электронный ресурс] : учебник / Е. И. Холостова, Л. И. Кононова, Г. И. Климантова и др. ; под ред. Е. И. Холостовой, Л. И. Кононовой. – Электрон. дан. - Москва : Дашков и К, 2016. - 478 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. – Режим доступа : http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=453495&sr=1, требуется авторизация (дата обращения : 10.08.2016). – Загл. с экрана.
2. Холостова, Е. И. Социальная работа [Электронный ресурс] : учеб. для бакалавров / Е. И. Холостова. - Электрон. дан. - Москва : Дашков и К, 2015. - 282 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. – Режим доступа : <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114139>, требуется авторизация (дата обращения : 10.08.2016). - Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ПОЛИТИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ (Б1.В.ДВ.3.1)

Краткое наименование – Полит.менеджмент

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор – составитель:

доцент, кандидат философских наук, доцент Г. И. Плясуля

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

ПК-6 - способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

2. План курса:

Раздел 1. Место и роль политического менеджмента в современной науке и практике.

Тема 1.1. Политический менеджмент: его соотношение с иными формами политико-управленческой деятельности.

Сущность понятия «политический менеджмент». Общее и различия между политическим менеджментом и политическим управлением. Политика как форма неравновесного взаимодействия. Иррациональность политической деятельности. Политика и политическое управление. Управляющие и управляемые. Взаимосвязь политической и управленческой деятельности.

Особенности управленческого воздействия в условиях политического монизма и политического плюрализма. Политическое управление и политическое руководство: их соотношение и взаимосвязь. Политический менеджмент как специфическая форма политического управления. Рациональность политического менеджмента. Его место в управленческих процессах. Государственное управление и политический менеджмент.

Тема 1.2. Функции и принципы политического менеджмента.

Основные управленческие функции, их циклический характер. Классификация функций политического управления. Условия эффективной реализации цикла политического менеджмента.

Организация управления как функция. Роль граждан в организации политического управления. Учет социально-политических интересов в организации политического менеджмента.

Мотивация как функция политического менеджмента. Ее место в системе политического менеджмента. Роль менеджера в мотивации политической деятельности.

Сущность принципов политического менеджмента. Основные принципы политического менеджмента: поддержание стабильности, обеспечение развития, защиты интересов населения. Проблема реализации принципов

политического менеджмента. Принцип «не навреди» в принятии политических решений.

Тема 1.3. Сфера применения политического менеджмента.

Политический менеджмент как теория и практика рационального управления в условиях либеральной экономики, как система практических рекомендаций с учетом «человеческих отношений» и правил «группового поведения».

Менеджмент в выборных кампаниях, референдумах, в разрешении политических противоречий и конфликтов. Политический анализ и политический менеджмент.

Политический менеджмент в сфере государственной службы и системы органов государственной власти. Особенности применения. Политический менеджмент в сфере публичной политики и СМИ.

Раздел 2. Технология урегулирования политических конфликтов.

Тема 2.1. Источники политического конфликта и способы его урегулирования.

Сущность, источники политического конфликта. Задачи субъекта управления конфликтами на основных этапах его развития.

Переговоры как основное средство урегулирования политического конфликта. Функции переговоров. Стратегии переговоров: торг и совместный с партнером поиск решения проблемы. Тактики переговоров: оказание давления на партнера, завышения первоначальных требований, расстановка ложных акцентов в собственной позиции, прием «салями», прием «выжидания», вынесения спорных вопросов «за скобки», постепенное повышение сложности обсуждаемых вопросов, прием «блоковой атаки», прием «пробного шара».

Тема 2.2. Переговорный процесс.

Этапы переговорного процесса. Технология подготовки и проведения переговоров. Отработка переговорной позиции. Особенности дискуссионного этапа. Роль национального и личностного стилей в характере переговоров. Оформление результатов переговорного процесса.

Тема 2.3. Роль посредничества в урегулировании политического конфликта.

Сущность посредничества и его виды. Этапы посредничества. Технология посреднической деятельности. Посредничество в международной политической практике. Показатели эффективности в посреднической деятельности.

Раздел 3. Технология принятия политических решений

Тема 3.1. Подготовка политического решения: выработка альтернатив и экспертиза проектов.

Разработка проектов публичного решения. Создание рабочих групп и участие «мозговых центров». Составления базовой концепции проекта политического решения.

Анализ проблемной ситуации и правила селекции, процедуры включения вопросов в "повестку дня". Способы блокировки и учета социальных проблем ЛПР: 1) "пресечение"; 2) опережающая оппозиция"; 3) "мобилизационный наклон"; 4) "ошибочный интерес" и пр.

Императивный характер приоритетных целей. Учет ограниченности ресурсов лимита времени при подготовке вариантов решений. Выбор "стандартного", "инновационного" или "оригинального" вида решения. Формулирование крайних" (наилучшего и наихудшего) и "промежуточных" решений. Метод обращения к прецедентам.

Описание ожидаемых преимуществ и недостатков вариантов политического решения. Оценки вероятности реализации решений и измерение их предпочтительности. Задачи и методы сравнительной оценки предпочтительности политических решений в отдельных проблемных ситуациях России.

Тема 3.2. Выбор оптимального решения в политике: рациональные критерии и процедуры определения.

Основные виды выбора решений: индивидуальный, групповой и массовый. Индивидуальный выбор, его рациональные критерии: "пессимизма"; 2) "оптимизма"; 3) "максимального среднего выигрыша"; 4) критерий Гурвица (по шкале пессимизм-оптимизм). Внеинституциональные факторы давления на ЛПР.

Специфика группового (коллегиального) выбора в политике, его рациональные принципы: "большинства голосов"; 2) "диктатора"; 3) принцип Курно; 4) принцип Парето; 5) комбинированный принцип Эджворта. Параметры эффективности в выборе предпочтительного решения. Методика многокритериального выбора решения в условиях дефицита политической информации. Выборы и Референдумы как виды массовых решений. "Общественный выбор" как модель разработки и определения массовых решений.

Определение легитимизации единственного решения как итоговый этап процесса рационального выбора.

Тема 3.3. Технология блокирования и продвижения публичных решений.

Принятие государственных решений и механизм регулирования общественных ресурсов. Роль центров принятия решений в распределении коллективных ресурсов общества. Иерархические уровни ЦПР: зоны властных полномочий и сферы контроля над ресурсами. Неравномерность распределения общественных ресурсов между различными группами интересов в зависимости от уровня их активности и степени давления.

Лоббирование как способ давления социальных групп на центры и лиц, принимающих государственные решения, в целях оптимального обеспечения групповых интересов. Политическое решение как объект лоббирования. Группы давления: их виды, потенциал мобилизации сферы влияния. Институциональные "правила игры" и процедуры лоббирования. Легализация и институционализация лоббирования. Правовые и социокультурные механизмы регулирования лоббистской деятельности.

Раздел 4. Электоральный менеджмент

Тема 4.1. Стратегическое планирование избирательной кампании.

Стратегическое планирование избирательной кампании.

Разработка стратегии - ключевой вопрос управления избирательной кампанией. Стратегия как основная линия деятельности кандидата и его команды, методы и способы реализации целей избирательной кампании.

Стратегическое планирование по Ф. Гоулду. Основные стадии разработки стратегии избирательной кампании. Цели и адресные группы кампании в контексте стратегического планирования. Сегментация электорального рынка. Адресные группы кампании по М. Нуару, Социально-демографические признаки и ценности как основания для сегментации электората.

Вариант стратегического планирования: пример Великобритании.

Определение проблемы кампании: стратегии "аукциона" и "трансферта".

Роль послания и слогана в стратегическом планировании кампании.

Требования к составлению слоганов. Классификация слоганов. Мировой и российский опыт формулировки слоганов.

Тема 4.2. Стратегия и тактика избирательной кампании.

Варианты подходов к классификации электоральных стратегий. Социальная, политическая и имиджевая стратегии.

Маркетинговые избирательные стратегии: концентрированная, дифференцированная, недифференцированная. SWOT-анализ в стратегическом планировании кампаний; цели кампании; проблема кампании; адресная группа; стратегия кампании; лозунги; коммуникационная стратегия; сетевой график; рабочий план кампании.

Варианты определения целей кампании и типа электоральной стратегии (концентрированной, дифференцированной и недифференцированной). Сочетание разных стратегий в кампании одного кандидата. Тактика кампаний: оборонительная и наступательная; позитивная и негативная. Возможность позитивно-негативной тактики. Работа Консультанта по созданию стратегии в избирательной кампании Клиента. Работа с электоратом. Разработка стратегии имиджа Клиента. Работа Консультанта с командой и активистами Клиента во время избирательной кампании. Разработка тактики кампании (дизайн, структура управления, подготовка персонала). Осуществление юридической защиты. Суть электоральной стратегии и стратегического контроля по Ф. Гоулду. Стратегические оси кампании (А. Ковлер). Тактическое планирование кампании. Составные элементы тактического плана. Календарный план кампании. Управление политическим временем. Выбор момента вступления в избирательную кампанию. Стратегии организации политического времени (О. Куликов, Г.Шипилов): "стратегия рывка", "стратегия быстрого финала", "крейсерская стратегия", "стратегия гребенки".

Тема 4.3. Информационное обеспечение избирательной кампании.

Эффективность стратегии и достоверность собранной информации. Типология источников информации. Источники первичной информации. Источники вторичной информации. Требования к работе информационно-аналитической группы. Итоги работы с информацией. Обработка полученной информации.

Структура информационных ресурсов в Интернете. Позитивные и негативные моменты подключения к Интернету субъектов избирательного процесса. Факторы, способствующие и препятствующие распространению Интернета в России. Сетевые издания и выборы.

Тема 4.4. Деструктивные технологии в избирательных кампаниях.

Российское общественное мнение о "грязных" технологиях и "черном" пиаре в избирательных кампаниях. Электоральная демократия как соревнование с неопределенным результатом. Проблема легитимности антимаркетинга.

Условия превращения антимаркетинга в главную стратегическую цель кампании. Антимаркетинг в политической жизни демократических стран. Жесткий стиль ведения политического боя в современных избирательных кампаниях. Эффективность антимаркетинга. Манипулятивность и деструктивность избирательного процесса (Г Грибанова). Борьба с деструктивными технологиями: законодательные, организационные и политико-культурные аспекты.

Раздел 5. Технология конструирования имиджа политика

Тема 5.1. Сущность, структура, типы политического имиджа.

Имидж политика как один из главных инструментов воздействия на политический выбор граждан. Определение имиджа.

Коммуникативная функция как главная функция имиджа в избирательной кампании. Компоненты коммуникативной функции. Номинативная, эстетическая и адресная функции. Составляющие имиджа. Внутренние и внешние составляющие. Ядро имиджа. Имиджевые характеристики (А. Ковлер, Г. Поченцов). Типологизация политических имиджей. Типология Р.-Ж. Шварценберга. Использование театральных амплуа в американской и европейской политике XX в. Политический имидж в российской политике. Типологии отечественных специалистов (В. Амелин).

Тема 5.2. Стратегии конструирования имиджа.

Стратегии построения имиджа. Роль позиционирования в формировании имиджа политика. Представления последователей об идеальном лидере. Требования к имиджу политика в разных социокультурных контекстах. Возможности избирательной кампании для формирования имиджа политика. Актуализация имиджа: примирение традиции и новации. Заповеди имиджмейкера.

Тема 5.3. Конструирование социальных характеристик и лидерских качеств политика.

Социально-личностный потенциал политического лидера. Социальное окружение лидера и предпочтения последователей. Ожидания последователей и конструирование социального опыта политика. Близкое окружение политика и его хобби. Конструирование социальных проблем под архетип социальных характеристик и лидерских качеств политика. Формирование образа «я один из вас». Создание легенды «я сделал себя сам».

Тема 5.4. Конструирование речевого образа политика.

Речь как политическое действие. Ключевые слова и их роль в текстовом сообщении. Виды и способы построения аргументов. Языковые средства контакта лидера с аудиторией: авторизация и адресация. Стилистические приемы усиления эмоционально-психологического восприятия речи: повторы, парцелляция, предвидение возражения, эмоциональное противопоставление, вопросно-ответный ход, риторический диалог. Психологические уловки в процессе выступления политика.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1.	Место и роль политического менеджмента в современной науке и практике	
Тема 1.1.	Политический менеджмент: его соотношение с иными формами политико-управленческой деятельности.	опрос
Тема 1.2.	Функции и принципы политического менеджмента.	групповая дискуссия
Тема 1.3.	Сфера применения политического менеджмента.	тест
Раздел 2.	Технология урегулирования политических конфликтов	
Тема 2.1.	Источники политического конфликта и способы его урегулирования.	групповая дискуссия
Тема 2.2.	Переговорный процесс.	ролевая игра
Тема 2.3.	Роль посредничества в урегулировании политического конфликта.	опрос
Раздел 3.	Технология принятия политических решений	
Тема 3.1.	Подготовка политического решения: выработка альтернатив и экспертиза проектов.	работа в малых группах
Тема 3.2.	Выбор оптимального решения в политике: рациональные критерии и процедуры определения	опрос
Тема 3.3.	Технология блокирования и продвижения публичных решений.	презентация практического задания
Раздел 4.	Электоральный менеджмент	
Тема 4.1.	Стратегическое планирование избирательной кампании	опрос
Тема 4.2.	Стратегия и тактики избирательной кампании.	ролевая игра

Тема 4.3.	Информационное обеспечение избирательной кампании.	групповая дискуссия
Тема 4.4.	Деструктивные технологии в избирательных кампаниях.	презентация практического задания
Раздел 5.	Технология конструирования имиджа политика	
Тема 5.1.	Сущность, структура, типы политического имиджа.	опрос
Тема 5.2.	Стратегии конструирования имиджа.	групповая дискуссия
Тема 5.3.	Конструирование социальных характеристик и лидерских качеств политика.	презентация практического задания
Тема 5.4.	Конструирование речевого образа политика.	работа в малых группах

Форма промежуточной аттестации: **зачёт**.

4. Основная литература

1. Плясуля, Г. И. Политический менеджмент : учеб. пособие для студентов днев. отд-ния по специальности 030602.65 - Связи с общественностью / Г. И. Плясуля ; Федер. агентство по образованию, Сиб. акад. гос. службы. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2009. - 206 с. – То же [Электронный ресурс]. – Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа : http://siu.ranepa.ru/UMM_1/1973/pm_up_11.pdf, требуется авторизация (дата обращения : 20.03.2017). – Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОНФЛИКТОЛОГИЯ (Б1.В.ДВ.3.2)

Краткое наименование – Полит. конфликтология

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор – составитель:

доцент, кандидат философских наук, доцент Г. И. Плясуля

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

ПК-6 - способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

2. План курса:

Раздел 1. Анализ политических конфликтов и проблемы их урегулирования.

Тема 1.1. Источники, типы политических конфликтов, этапы их развития.

Сложности определения понятия “конфликта”. Политический и международный конфликт. Природа конфликта. Проблема взаимоотношений конфликтов на микро- и макроуровнях. Анализ современных конфликтов в рамках существующих геополитических школ, немецкая: Ратцель, Хаусхофер, Челлен. Английская: Маккиндер. Французская: Готтман, Лакост, ля Блаш. Американская: Кеннан, Мэхэн, Спайкмен. Русская школа. Западники: Белинский, Герцен, Чаадаев. Славянофилы. Евразийство. Распределение властных ресурсов, расхождение в базовых ценностях, процесс идентификации групп и национальных общностей как источники политических конфликтов. Горизонтальные и вертикальные, внутренние и внешние, открытые и закрытые и другие типы конфликтов.

Тема 1.2. Современные международные конфликты: информационное измерение.

Основные задачи информационного обеспечения конфликта. Ключевые характеристики информационного пространства (Г.Почепцов). Информационная составляющая силовой фазы конфликта. Неоднозначная роль «четвертой власти». СМИ как катализатор насилия в кризисной ситуации.

Процедурные факторы в конфликте и степень информационного воздействия на них. Психология восприятия: методы влияния. Массовое сознание: структура и способы воздействия. Организация (символизация) коммуникативного пространства.

Управление коммуникацией в кризисных ситуациях. Эволюция информационной работы в различные исторические эпохи. Образ врага как фактор победы в международном конфликте. Особенности информационных войн в эпоху электронных СМИ.

Тема 1.3. Правовые и политические средства урегулирования конфликтов.

Конфликт с точки зрения возможности его урегулирования. Основные направления деятельности при урегулировании конфликтов. Понятия

“урегулирование конфликтов”, “разрешение конфликтов”, “управление конфликтами”, “предупреждение конфликтов”. Необходимость урегулирования современных конфликтов путем переговоров и посредничества. Международное право о политических конфликтах. Устав ООН. Право международной безопасности. Проблема конфликтов и их урегулирования в России.

Раздел 2. Технологии урегулирования политических конфликтов.

Тема 2.1. Функции, стратегии и тактики переговоров.

Функции переговоров и их соотношение в конфликте и при сотрудничестве сторон. Переговорные стратегии («торг» и совместный с партнером процесс принятия решения). Тактические приемы на переговорах. Тактические приемы, используемые в рамках торга. Тактические приемы, используемые в рамках совместного с партнером поиска решения проблемы. Приемы, обладающие двойственным характером. Соотношение тактических приемов и функций.

Тема 2.2. Динамика переговорного процесса.

Этапы ведения переговоров и способы подачи позиции. Фазы переговорного процесса. Подготовка к переговорам как первая стадия ведения переговоров. Подготовка документов и материалов. Проведение предварительных согласований (время и место встречи, повестка дня и т.п.). Процесс достижения договоренности и ее оформление.

Тема 2.3. Многосторонние переговоры и переговоры на высшем уровне.

Возрастание роли многосторонних переговоров и переговоров на высшем уровне при урегулировании конфликтов. Формы многосторонних и переговоров на высшем уровне. Проблемы принятия решений на многосторонних переговорах. Специфика переговоров на высшем уровне. Особенности современных переговоров, проводимых на высшем уровне.

Тема 2.4. Переговорный стиль.

Определение понятия “переговорный стиль”. Методологические подходы к исследованию национальных стилей. Примеры национальных стилей ведения переговоров (США, Франция, Германия, Великобритания и др.).

Личностный стиль ведения переговоров. Проблема изучения и описания личностного стиля ведения переговоров.

Тема 2.5. Посредничество как средство урегулирования конфликтов.

Роль официального посредничества (посредничество государств и межгосударственных организаций) в современном мире. Формы официального посредничества (специальный представитель главы государств, дипломатические миссии и т.п.). Государства как посредники. Дискуссии о роли ООН в урегулировании конфликтов. Посредническая

деятельность региональных организаций (ОБСЕ, ОАЕ и др.). Возможности и ограничения официального посредничества.

Возрастание роли неофициального посредничества в современном мире. Формы неофициального посредничества (семинары, работа на уровне общин, гуманитарная помощь и т.п.). Возможности и ограничения в деятельности неофициальных посредников. Проблема взаимодействия.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1.	Анализ политических конфликтов и проблемы их урегулирования	
Тема 1.1.	Источники, типы политических конфликтов, этапы их развития	опрос
Тема 1.2.	Современные международные конфликты: информационное измерение	групповая дискуссия
Тема 1.3.	Правовые и политические средства урегулирования конфликтов	работа в малых группах
Раздел 2.	Технологии урегулирования политических конфликтов	
Тема 2.1.	Функции, стратегии и тактики переговоров	групповая дискуссия
Тема 2.2.	Динамика переговорного процесса	ролевая игра
Тема 2.3.	Многосторонние переговоры и переговоры на высшем уровне	опрос
Тема 2.4.	Переговорный стиль	презентация
Тема 2.5.	Посредничество как средство урегулирования конфликтов	контрольная работа

Форма промежуточной аттестации: **зачёт**.

4. Основная литература

1. Политическая конфликтология : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки ВПО 030200 - "Политология" / под ред. С. Ланцова. - Санкт-Петербург : Питер, 2008. - 318 с.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

СОЦИОЛОГИЯ ВЛАСТИ В ГОРОДСКИХ СООБЩЕСТВАХ

(Б1.В. ДВ 6.1.)

Социология города

краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор – составитель:

к.и.н. доцент

Ю.А. Пустовойт

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

ПК-6 - способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

2. План курса:

Раздел 1. Введение в феноменологию города. Этапы исследования власти в городских сообществах

Тема 1.1 Город в территориальном и экономическом измерении

Что такое город? Классические социологические исследования города (М. Вебер, Р. Парк, Л. Вирт) Особенности городской политики Городские сообщества: формальные и неформальные акторы развития городского пространства Идеологии городского развития: «город как машина роста» (Р.Мозес); «город как среда обитания» (Дж. Джекобс); «город, как вечеринка» (Р.Флорида, Я.Гейл).

Тема 1.2 Основные этапы изучения власти в городах
Общетеоретические подходы к изучению власти. Власть как сущностно оспариваемая категория политической науки Подходы к определению власти «Власть над» (М. Вебер, Р. Даль и др.) или «Власть для» (Платон, Аристотель, Х. Арентс). Ранние исследования (супруги Линд в Мидлтауне); Классический этап (Дискуссия Хантер –Даль и расцвет сравнительных исследований власти в городах мира) Современный этап (Кларенс Стоун и его последователи, неомарксисты и исследования власти в городах Европы).

Раздел 2. Методы и результаты исследования власти в городских сообществах: классические и современные кейсы

Тема 2.1 Классические и современный исследования власти в городских сообществах

Реконструкция властных структур: позиционный метод, репутационный метод, теория принятия решений, теория сетей) Исследование Флойда Хантера в Атланте. Исследование Роберта Даля в Нью –Хейвене. Многомерные модели власти при исследовании Мэтью Кренсона и Джона Гавенты Теории «Машин роста» и «Городских режимов»

Тема 2.2 Эмпирические исследования власти в российских городах и регионах

Обзор российских кейсов. Город и культура Г. Глазычева. Социология города В. Вахштейна. Городские сообщества в исследованиях С. Муронова.

Перспективы городского развития в работах С. Кордонского и Ю. Плюснина. Работы по анализу власти в городских сообществах В. Ледяева. Эмпирические исследования власти в российских городах: Гаман-Голутвина, А. Чирикова, Г.Гельман, К. Рыженков, В. Волков, Н. Сельцер, А. Дука и др.

Тема 2.3 Картография власти в сибирском мегаполисе

Исследователь в поле: правила и техники полевых работ в городе. Качественный и количественный анализ, Сбор данных: избирательные компании, биографии, статистика. Фотографии как объект анализа. Полевое исследование в крупном сибирском мегаполисе и представление его результатов.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1	Введение в феноменологию города. Этапы исследования власти в городских сообществах	
Тема 1.1	Город в территориальном и экономическом измерении	Устные ответы на вопросы
Тема 1.2	Основные этапы изучения власти в городах	Написание эссе
Раздел 2	Методы и результаты исследования власти в городских сообществах: классические и современные кейсы	
Тема 2.1	Классические и современный исследования власти в городских сообществах	Написание эссе
Тема 2.2	Эмпирические исследования власти в российских городах и регионах	Написание реферата
Тема 2.3	Картография власти в сибирском мегаполисе	Написание реферата

Форма промежуточной аттестации: **зачет**.

4. Основная литература

1. Замятина, Н. Ю. Россия, которую мы обрели. Исследуя пространство на микроуровне [Электронный ресурс] / Н. Ю. Замятина, А. Н. Пилясов. - Электрон. дан. – Москва : «Новый хронограф», 2013. - 548 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. – Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228568>, требуется авторизация (дата обращения : 03.08.2016). – Загл. с экрана.

2. *Ледяев, В. Г.* Социология власти: теория и опыт эмпирического исследования власти в городских сообществах / В. Г. Ледяев. – Москва : ИД НИУ ВШЭ, 2012. – 472 с. – То же [Электронный ресурс]. – Доступ из Унив. б-ки ONLINE. – Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227284>, требуется авторизация (дата обращения : 03.08.2016). – Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Методы политических исследований

(Б1.В.Д.В.2.2)

(нет)

краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор – составитель:

Канд. полит. наук, доцент кафедры ПНиТ Н.А. Пономаренко

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

ПК-6 - способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации

2. План курса:

Раздел 1 Философия политической науки: знание и познание в политических исследованиях

Тема 1.1 Формы знания: нормы, объяснение, интерпретация в изучении политического поля

Позитивизм. Классический позитивизм. Эмпиризм и логика как основа «истины». Вызовы позитивистскому подходу в политических науках. Научный реализм. Интерпретивизм. Анализ этнических конфликтов: позитивистский (рациональный выбор) и интерпретивистский (конструктивистский) подход.

Тема 1.2. Объективность и достоверность

Нормативная и эмпирическая теория в политическом исследовании. Ценности, исследователь и исследовательский процесс. Ценности и социальная практика. Томас Кун и научные революции. Парадигмы и смена парадигм. «Парадигмы» Т.Куна и политические исследования: развитие теории. Парадигмы и изучение развития. Имре Лакатос и научные исследовательские программы. Роль ценностей в исследовании: модели Т. Куна и И. Лакатоса

Раздел 2. Как подготовить исследование: обзор

Тема 2.1. Задавая вопросы: как определить и сформулировать исследовательский вопрос

Что такое КИВ? Как сформулировать КИВ? Поиск исследовательских вопросов. Как сформулировать рабочий КИВ? «Ваза исследования». Типы вопросов: точность формулировки. Описательные вопросы. Объясняющие вопросы. Вопросы-прогнозы. Преспективные вопросы. Нормативные вопросы. Вопросы без ответа: ошибки в формулировании исследовательских вопросов. Возможность проведения исследования.

Тема 2.2. Обзор литературы

Стадия 1. Чтение литературы. Стадия 2. Обобщение прочитанного. Стадия 3. Что еще необходимо сделать? Установочная стадия ваших собственных аргументов.

Тема 2.3. Поиск ответов: теории и как их применять.

Ответы на исследовательские вопросы: общие требования. Какой тип ответа требует сформулированный КИВ? Ответы, которые развивают теорию. Откуда берутся гипотезы? Как анализ существующих исследований задает основу для гипотез. Определяя аргумент и ответ. Компоненты гипотезы. Переменные. Взаимосвязь. Концептуализация и операционализация. Концепты и формирование концептов. Концептуализация «власти»: поиск теоретической ценности. Концептуализация «демократии»: посредничество между согласованностью и дифференциацией. Операционные определения. Ответ на нормативные вопросы. Эмпирическое и нормативное исследование. Эмпирические и нормативные вопросы, ответы и методы

Тема 2.4. Дизайн исследования

Базовые принципы формирования дизайна исследования. Типы дизайна исследования. Экспериментальный дизайн. Кросс-секционный и лонгитюдный дизайн. Компаративный дизайн. Исторический дизайн. Типы исследования.

Тема 2.5. Стратегии сбора данных: как собрать источники

Опросники и опросы. Интервьюирование и фокус-группы. Этнографические исследования. Дискурс-анализ. Этические исследования. Добровольное участие. Информированное согласие. Конфиденциальность. Вред.

Тема 2.6. Что такое база данных?

От концепции к инструментарию. Достоверность. Надежность. Выбор источников. Типы базы данных (источников). Качественные и количественные источники. Интервью. Данные наблюдений. Документы. Вторичные источники. Big Data. Критика выбранных источников.

Раздел 3. Как проводить исследование

Тема 3.1. Экспериментальное исследование

Базовые принципы экспериментального дизайна. Лабораторные эксперименты. Поле экспериментов. Естественные эксперименты. Проблемы экспериментальных исследований в политических исследованиях

Тема 3.2. Сравнительное исследование

Принципы сравнения. Как сравнивать. Case-study. Small N-сравнение. Простой системный дизайн. Дифференциальный системный анализ. Проблемы small N исследования. Количественный анализ (усредненный N). Количественный анализ (расширенное N сравнение)

Тема 3.3. Историческое исследование

Исторические подходы в исследовании политики и международных отношений. Сравнительное и историческое исследование. Время и последовательность исторических событий. Исторический институционализм. Метод процессуальной

трассировки. Событийный структурный анализ. Источники: документы, архивные источники, исторические тексты. Как определить источники в историческом исследовании. Где находятся источники. Оценка источников. Первичные источники. Вторичные источники.

Тема 3.4. Опросы

Элементы качественного опроса. Структура опросника. Валидность: от концепций к вопросам опроса. «Измеритель» ошибки: проработка индикаторов. Понимание вопроса. Погрешности «вспоминания». Намеренное искажение информации. Эффект последовательности вопросов. Эффект используемых слов в вопросе. Нейтральность вопросов. Формат ответа. Кого Вы спрашиваете: формат интервью. Как вы спрашиваете: модели интервью

Тема 3.5. Интервью и фокус-группы

Типы интервью: лицом к лицу, телефонное интервью, on-line интервью, фокус-группы. Преимущества и недостатки разных типов интервью. Формы интервью. Неструктурированное интервью. Полуструктурированное интервью. Какой тип интервью использовать? Фокус-группы: как проводить? Анализ данных интервью: отсечение, кодирование, анализ.

Тема 3.6. Этнографическое исследование и включенное наблюдение

Принципы этнографического исследования и включенного наблюдения. Тестирование теории и гипотез. Методология «включенного наблюдения». Выбор территориальных рамок исследования (поля). Типы «поля». Отбор «поля». Доступ к «полю». Роль исследователя. Написание обзоров. Записи наблюдений. Отчет.

Тема 3.7. Текстуальный анализ

Дискурс-анализ. «Speech act theory», постструктурализм и критический дискурс-анализ. Анализ. Контекст. Сила дискурса. Валидность и надежность. Контент-анализ. Количественный и качественный контент-анализ. 4 шага проведения контент-анализа. Кодирование. Анализ. Надежность и достоверность.

Тема 3.8. Количественный анализ: описание и вывод

Описательная и интерференционная статистика. Уровни измерения. Обобщение данных. Таблицы. Графики и фигуры. «Обобщение соотношения» с помощью статистики. Выявление магистральной тенденции. Измерение «соотношения». Описательный вывод. Интервал достоверности для пропорции. Интервал достоверности для вычисления различия между пропорциями. Интервал достоверности для «значения».

Тема 3.9. Описание системы: двумерный анализ

Принципы двумерного анализа. Как определить соотношение между переменными? Как описать соотношение между переменными? Критика объяснения. Соответствие и причинность. Данные для двумерного анализа. Двумерный анализ для интервальных данных. Как проверить интервальные

переменные. Двумерный анализ для категориальной базы данных: кросс-табуляция.

Тема 3.10. Многомерный анализ

Принципы многомерного анализа: статистический контроль. Типы соотношений. Мультивариантный анализ с использованием OLS. Мультивариантный анализ с использованием регрессивного анализа. Презентация и отчетность

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Раздел	Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1 Философия политической науки: знание и познание в политических исследованиях	Коллоквиум
Раздел 2. Как подготовить исследование: обзор	Письменное задание
Раздел 3. Как проводить исследование	Контрольное задание с элементами аналитической работы (отчет по проекту)

Форма промежуточной аттестации: **зачет**.

4. Основная литература

1. Ахременко А.С. (2009) Политический анализ и прогнозирование. М.: Гардарики.
2. Боришполец К.П. (2007) Методы политических исследований. М.: Аспект Пресс.
3. Мангейм Дж.Б., Рич Р.К. (2007) Политология. Методы исследования: пер. с. англ.А.К. Соколова. М.: Весь мир.
4. Мельвиль А.Ю. Категории политической науки. – М.: Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД РФ, «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2002. – 656 с.
5. Штейнберг И.Е., Ковалев Е.М. Качественные методы в полевых социологических исследованиях. М.: Логос, 1999. 384 с.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
Факультет политики и международных отношений
Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

СОВРЕМЕННАЯ ПРЕСС-СЛУЖБА (Б1.В.ДВ.5.1)

Совр.пресс-служба
краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»
квалификация выпускника: бакалавр
форма обучения: очная, заочная

Год набора 2020

Автор – составитель:

К.и.н., доцент кафедры ПНиТ А.Г. Минаков

Новосибирск, 2019 г.

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию ПК-6 в области связей с общественностью: способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

План курса:

Раздел 1. Предпосылки создания и условия деятельности пресс-служб. Место пресс-служб в стратегии и структуре организации. Организационно-функциональные структуры пресс-служб: общие принципы и варианты построения. Виды пресс-служб.

Тема 1.1. Институциональные, исторические и культурно-идеологические условия появления пресс-служб.

Тема 1.2. Публичность и виды публичной деятельности организаций. Управление публичитным капиталом.

Тема 1.3. Эволюция концепций эффективности влияния СМИ на общественное мнение. Формирование информационной повестки дня как основная задача деятельности пресс-служб.

Тема 1.4. Коммуникационные стратегии. Специфика public relations и media relations. Формирование концепции публичной деятельности организации.

Тема 1.5. Моделирование и варианты структурно-функциональных блоков подразделений, обеспечивающих публичную деятельность организации. Проблемы координации деятельности подразделений в сфере публичной деятельности.

Тема 1.6. Виды оргструктур на примере органов государственной власти и органов местного самоуправления Российской Федерации и зарубежных стран.

Тема 1.7. Пресс-службы в бизнес-структурах.

Раздел 2. Основной инструментарий, формы и методы работы современных пресс-служб. Информационно-аналитическая деятельность пресс-служб в публичной сфере.

Тема 2.1. Основные профессиональные требования к пресс-секретарю. Планирование деятельности.

Тема 2.2. Современные технологии создания собственного информационного потока организации. Организация работы с представителями СМИ.

Тема 2.3. Специальные мероприятия и основные требования к их проведению.

Тема 2.4. Качественные и количественные методы социологических исследований информации. Социологические опросы и фокус-группы как методы изучения общественного мнения: основные принципы и особенности применения.

Тема 2.5. Мониторинг СМИ: определение, принципы и методики проведения. Методы анализа сообщений СМИ: основные принципы и формирование программы исследования.

2. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Наименование раздела (модуля)	Форма текущего контроля
Раздел 1. Предпосылки создания и условия деятельности пресс-служб. Место пресс-служб в стратегии и структуре организации. Организационно-функциональные структуры пресс-служб: общие принципы и	Диспут

варианты построения. Виды пресс-служб.	
Раздел 2. Основной инструментарий, формы и методы работы современных пресс-служб. Информационно-аналитическая деятельность пресс-служб в публичной сфере.	Контрольная работа
	Зачёт

3. Основная литература.

1. Медиа: введение [Электронный ресурс] : учебник / под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. – Электрон. дан. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>, требуется авторизация (дата обращения: 15.08.2016). - Загл. с экрана.
2. Четвертков, Н. В. Современная пресс-служба : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030602.65 (350400) "Связи с общественностью" / Н. В. Четвертков. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Аспект Пресс, 2010. - 190 с. – То же [Электронный ресурс] - Доступ из ЭБС «IPRbooks». — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8975>, требуется авторизация (дата обращения: 03.08.2016). - Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

КИНО И ПОЛИТИКА

(Б1.В.ДВ.6.2)

не устанавливается

краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор – составитель:

к.полит.н., доцент

Ю.А. Пустовойт

Новосибирск, 2019 г.

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

ПК-8 - организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.

2. План курса:

Раздел 1. Теоретические основы политического кинематографа

Тема 1.1. Политика в XX веке: субъекты и ресурсы модернизации. Идеология как основа современной власти.

Проблемы политической модернизации. Основные модернизационные процессы: демократизация, рыночная экономика, урбанизация и секуляризация. Теория И. Валлерстайна как альтернативное объяснение политики XX века.

Власть в современном мире: конфликты, кризисы и революции. Власть как многомерное и многоаспектное социальное явление. Классическое определение власти. (М. Вебер). Легитимность. Понятие о силовых, экономических и символических ресурсах как средствах осуществления власти. Ресурсная типология власти и группы ими обладающие (М.Манн). Субъекты власти: групповой (элиты, группы интересов, партии); индивид – лидер, институционализированный (государство)

Элиты и субэлиты: структура, рекрутация, идеология. Силовая элита (армия и полиция, как политический субъект). Бизнес элита. Бюрократия, как ядро политико-административных элит. Идеологии как системы взглядов, идей, убеждений, ценностей и установок, выражающих интересы политических субъектов. Классические политические идеологии: либерализм, консерватизм, социализм и фашизм и их значение. Идеологическая элита и средства массовой информации. Гегемония в работах А. Грамши, П. Бурдьё, Дж. Скотта

Тема 1.2 История кино. Кинематограф: его место в экономике, культуре и системе массовых коммуникаций

Понятие медиа, массовых коммуникаций, информации и коммуникации, их взаимосвязи. Медиакоммуникации как распространение символических форм. Теоретические представления об информации и коммуникации. Математическое представление об информации. Гуманитарное представление об информации. Понятие медиа как коммуникационного посредника. Основные компоненты медиа. Медиа и СМИ: сходства и различия. Основные коммуникативные жанры дискурса: экспрессивный, аргументативный и информативный. Пропагандистские подходы к изучению СМИ: советская школа.

Изобретение техники кино (Эдисон), способа и формы его существования – киносанса (братья Люмьеры). Декабрь 1895г. – дата рождения кинематографа. 1902г. – рождение экранной информации (братья Патэ и их «Патэ-журналь»). 10-е годы XX в. – начало формирования экранного языка как нового искусства и способа освоения (отражения) сочиненного (сыгранного) и реального материала. Дэвид Уарк Гриффит.

Расцвет «великого немого» (1916-1928) и звукового кино (1928-1940). 20-е гг. – возникновение и формирование трех ее основных направлений: «киноправда» Дз.Вертова, историко-монтажное кино Эсфири Шуб и сценарный фильм Виктора Турина. Мировое влияние Вертова: забвение его на родине, в СССР, и последователи его и ученики за рубежом (Франция, Англия, Польша, США и др.). Американская (Гриффит) и советская (Эйзенштейн) школы монтажа, т.е. осмысления и экранного воплощения материала.

Утверждение нормативной стилистики (цвет, звук, приемы монтажа, процесс производств и проката и пр.) привычного сегодня кино.

Тема 1.3 Как это работает? Кино и его составляющие: сценарий, режиссура, актеры. Фильм как терапевтическая метафора

Сценарий –Режиссер – Актер. Основные компоненты драматургии. Изображение. Кинематографические средства создания изображения. Движение. Виды движения в кино. Деталь. Ее функции в драматургии фильма. Способы построения образа. Что такое «композиция». Виды композиции. Элементы композиции. Сюжет как образа. Что такое фабула. Элементарные части сюжета. Мотивировка. Перипетия. Узнавание. Драматургический конфликт. Виды драматургических конфликтов. Выбор сценарного материала. Формирование творческой группы. Выбор оператора, художника, композитора и т.д.

Профессия режиссера в сценических и экранных искусствах. Место и функция режиссера в кино и на телевидении. Режиссер как автор фильма. Личность режиссера. Общественная и художественная позиция. Культура режиссера. Режиссер и его съемочная группа. Монтаж. «Школа «Я» в предлагаемых обстоятельствах. Последовательность освоения элементов системы К.С. Станиславского. Психофизика актера, его биоритмы, рефлекс, реакции. Основа основ актерской техники. Умение концентрировать внимание. Обретение мышечной свободы. «Сценическое зрение». Практическое представление о внимании «произвольном» и «непроизвольном». Произвольное внимание - от субъекта («Я сознательным усилием концентрирую свое внимание на некоем предмете»). Непроизвольное внимание - от объекта (некий предмет своими особенностями притягивает мое внимание). «Высшая степень сценического внимания - непроизвольная активность сознания по отношению к объекту, выбранному произвольно».

Конфликты в сюжете. Психология конфликта в работах: З.Фрейда, К.Г. Юнга, А. Адлера Э. Эриксона, М. Эриксона, Дж. Кембелла и др.

Раздел 2 Кино в XX-XXI веке: от аттракциона к аттракциону?

Тема 2.1. Начало века: кинематограф Европы, Америки и России накануне Первой мировой войны и послевоенные годы

«Документальные» фильмы Люмьеров. Освоение технических возможностей кинокамеры. Ж.Мельес – родоначальник игрового кино. Компании «Патэ» и «Гомон». Содержание кинофильмов. Монополизация производства и проката. Группа «Фильм Д'Ар» - обращение к театральной классике и высокой литературе.

Первые киносекансы. Деятельность У.Фриз-Грина и Р.Пола Первые киносекансы в США и первые кинокомпании. Эпоха «никель-одеонов». Борьба Патентного треста за монополизацию сферы кинопроизводства и кинопроката. Возникновение Голливуда. Особенности жанра «вестерна». Д.У.Гриффит, Т.Инс и М.Сеннет и их творчество. Основные киножанры. Звёзды экрана. Успех серийных детективов и салонных драм. Ч.Чаплин – от персонажа слэпстика к маске. I мировая война и бурный рост Голливуда. Крупнейшие национальные кинокомпании («Парамаунт», «Трангейл», «Фокс») и их продукция. Германия после поражения в I мировой войне. Искусство Веймарской Республики и его связь с расстановкой политических сил. Коммерческая кинопродукция. Костюмно-исторические, уголовные, экзотические фильмы и их авторы. Экспрессионистская модель мира в фильмах Р.Вине, Ф.Мурнау, Ф.Ланга. Социальные киноленты. Борьба творческой интеллигенции Франции за возрождение национального кино. Ранний «Авангард» (1919-1924). Творчество Л.Деллюка, Ж.Дюлак, М.Л.Эрбье, Ж.Эпштейна. Поздний «Авангард».поиски А.Кавальканти, Д.Кирсанова, Ж.Вигу, Л.Буньюэля и С.Дали. Идеино-эстетический кризис «Авангарда» и его сращивание с коммерческим кино. А.Ганс. Обращение к литературной классике и сатира на французское общество в лентах Ж.Фейдера. Фильм К.Дрейера «Страсти Жанны Д'Арк». Захват английского проката Голливудом и кризис национального кинематографа. США после I мировой войны. Эпоха «просперити». Ассоциация кинопродюсеров и кинопрокатчиков США. Основные жанры коммерческой продукции. М.Пикфорд, Д.Фэрбенкс, Р.Валентино и другие звёзды экрана. Творчество С.де Милля. Фильмы Ч.Чаплина. Комедийные ленты Б.Китона, Г.Ллойда, С.Лаурела и О.Харди. Европейские кинематографисты в США. Реалистические кинофильмы Э.Штрөгейма. Голливуд у порога «звукового» кинематографа.

Тема 2.2. Кино как элемент пропаганды: тоталитарные режимы и демократии в битве за гегемонию

Идеологизация кинематографа после прихода к власти Гитлера. Организационно-финансовая деятельность министерства пропаганды Геббельса. Псевдоисторический расистский фильм Ф.Харлана «Еврей Зюсс» и других апологетов нацистского режима. Содержание и рекреативно-развлекательная направленность основного массива выпускавшихся игровых кинофильмов Документальные ленты Л.Рифеншталь. Коммерческая

продукция: мюзиклы, комедии, мелодрамы. Попытки отдельных режиссёров создавать асоциальные кинофильмы

Первые звуковые фильмы. Выпуск музыкальных фильмов с участием известных итальянских певцов, экранизации опер, фильмы-биографии знаменитых композиторов. Попытки фашизации кинематографа. Пропагандистское назначение кинофестивалей в Венеции. Учреждение Генеральной дирекции по делам кинематографии. Киностудия «Чинечитта». Ведущие жанры коммерческой продукции. Идейная оппозиция фашизму среди деятелей культуры. Передовые взгляды в Римском экспериментальном киноцентре. Творчество ведущих национальных кинематографистов, предшественников течения «итальянского неореализма». Документальное кино Великобритании и его роль в подъёме национального киноискусства. Документально-художественные фильмы военных лет. Ведущие кинорежиссёры: Х.Дженнингс, Б.Райт, Г.Уотт, Э.Асквит, Д.Лин, Н.Коуард. Исторические ленты. «Военизация» традиционных жанров Возникновение «кинематографической империи» А.Рэнка. Вступление США во II мировую войну и установление правил военной пропаганды для Голливуда. Антифашистская направленность документально-монтажного сериала Ф.Капры «За что мы сражаемся». Художественно-документальные фильмы о мужестве рядовых участников войны. Военизация массовой экранной продукции. Кинофильм О.Уэллса «Гражданин Кейн» и других кинохудожников-реалистов..

Советское кино Смена драматургической модели: от героя-класса к образу человека. Рождение кинематографа характеров. «Трилогия о Максиме» (1935– 1939) Г. Козинцева и Л. Трауберга и кинолениниана («Ленин в Октябре», 1937, и «Ленин в 1918 году», 1939, реж. М. Ромма и «Человек с ружьем», 1938, реж. С. Юткевича – мифологизация революционных событий и образа вождя мировой революции. Возвращение к теме русской истории в «Петре Первом» (1937–1939) В. Петрова, «Александре Невском» (1938) С. Эйзенштпейна, «Минине и Пожарском» (1939) и «Суворове» (1941) Вс. Пудовкина, «Богдан Хмельницкий» (1941) И. Савченко. Современность в фильмах «Летчики» (1935, реж. Ю. Райзман), «Семеро смелых» (1936) и «Учитель» (1939) реж. С. Герасимова. «Великий гражданин» (1 и 2 серии 1938–1939) Ф. Эрмлера как попытка оправдать сталинские репрессии. Творчество А. Зархи и И. Хейфица («Депутат Балтики», 1937, «Член правительства», 1940). Творчество С. Эйзенштейна и А. Довженко этого периода. Переосмысление Эйзенштейном прежних теоретических взглядов на звук в кино, работа с С. Прокофьевым на «Александре Невском» и «Иване Грозном». Музыкальные комедии 30-х годов: фильмы А. Ивановского, И. Пырьева, Г. Александрова. Принципы системы Станиславского в кино. Участие в фильмах выдающихся театральных актеров: Б. Щукина, Н. Симонова, М. Тарханова, Н. Мордвинова, А. Тарасовой, Н. Симонова, Н. Черкасова, М. Жарова, М. Астангов, О. Андровская, Н. Хмелев, Ф. Раневская, П. Массальский, Б. Ливанов и др. Работа в кино крупнейших композиторов Д. Шостаковича, С. Прокофьева, Д. Кабалевского, Г. Попова,

А Хачатуряна, И. Дунаевского. Советское кино во время Великой Отечественной войны (1941- 1945). Советский кинематограф на войне: боевые киносборники, документальная кинолетопись войны, игровые ленты. Эвакуация, работа с колес. Боевые киносборники. Фронтовой кинорепортаж и документальные фильмы о войне. Создание кинолетописи о войне. «Разгром немецких войск под Москвой» (1942, реж. И. Копалин и Л. Варламов), «Ленинград в борьбе» (1942, реж. Р. Кармен, И. Комарцев, В. Соловьев, К. Учитель), «Битва за нашу Советскую Украину» (1943, реж. А. Довженко, Ю. Солнцев, Я. Авдеенко). Картины о героической партизанской войне: «Секретарь райкома» (1942, реж. И. Пырьев), «Она защищает Родину» (1943, реж. Ф. Эрмлера), «Радуга» (1944, реж. М. Донского), «Нашествие» (1945, реж. А. Роом). Лирические интонации в военной тематике: «Машенька» (1942, реж. Ю. Райзман), «Парень из нашего города» (1942), «Жди меня» (1943) и «Дни и ночи» (1945) реж. Столпера по сценарию К. Симонова. Вторая серия «Ивана Грозного» (1944) и грозная реакция Сталина на нее. Кинокомедии на героические темы: «Антоша Рыбкин» (1942, реж. К Юдин), «Новые похождения Швейка» (1944, реж. С. Юткевич). Музыкальная комедия И. Пырьева «В шесть часов вечера после победы» (1944) Репертуарная политика в художественном кино

Тема 2.3 Кино в биполярном мире: советский и западный кинематограф рассказывает о преимуществах своего «образа жизни»

Послевоенная аудиовизуальная эстетика. Факторы развития аудиовизуальной культуры (социальные, политические, экономические, технические, эстетические). Тенденции в кино: неореализм и «новая волна». Тенденции в искусстве – движение к постмодернизму. Тенденции в СМИ: начало массового телевидения, «золотой век документалистики» в США, телевидение периода «оттепели» в СССР, новая документалистика. Уроки кинематографа (итальянский психологизм, японская созерцательность). Интерес к индивидуальности и быту. XX съезд КПСС (1956) и

начало эпохи «оттепели» – относительных свобод в обществе и СМИ. Начало самопознания ТВ как новой коммуникации Всемирный фестиваль молодежи и студентов (1957г.) как пропагандистская акция, задуманная с широким размахом и ориентированная на мировое общественное мнение. 1960-1970 гг. 60-е – новая эстетика кино и ТВ, основные жанры

Новый гуманитарный контекст: постиндустриальное общество (общество потребления Европе и Северной Америке) и новые темы и язык аудиовизуального искусства. «Сладкая жизнь» Ф.Феллини и поставленная, по сути, проблема «симулякра» (спустя десятилетия осмыслена философами, в частности Бодриаром). «Приключение» М.Антониони и проблема «дедраматизации», отмена традиционной драматургии. «Золотой век документалистики» в США. Эдд Мэрроу и «расследовательская журналистика» в Америке и Европе (методы спровоцированной ситуации,

методы провокации, методы наблюдения). Выбор в США президентом конгрессмена Кеннеди и поражение «политического тяжеловеса» Никсона. «Первая телевизионная война в гостиной» (Вьетнам).

СССР - Период «малокартинья». Постановление ЦК ВКПБ о кинофильме «Большая жизнь» и его последствия. Кампания борьбы с безродными космополитами. Мировое кино возвращается на советские экраны («трофейные фильмы»). Историко-биографический жанр второй половины 40-х годов. Политика «малокартинья» и последствия свертывания национального кинопроизводства. Оценка войны в духе культа личности Сталина, «сталинский реализм» «художественно-документальных» фильмов о войне («Третий удар», 1948, реж. И. Савченко, «Сталинградская битва», 1949, реж. В. Петров, «Падение Берлина», 1950, реж. М. Чиаурели). «Оттепель»: советское кино второй половины 50-х–60-х годов. Наступление «оттепели» в кино. Военная тема в кинематографе «оттепели». Первые признаки наступления «оттепели». Строительство большого «Мосфильма» и расширение производственной базы советского кино. Создание Союза кинематографистов СССР и его доминирующая роль в развитии оттепельного кино. Приход в кино нового поколения кинематографистов. Художественное своеобразие кинематографа оттепели. Триумфы советского кино на международной арене. Новые ракурсы в художественной трактовке военного материала. Пристальное внимание к драматическим судьбам и психологии рядовых участников войны. Этапное значение фильмов «Летят журавли» (1957, реж. М. Калатозов), «Судьба человека» (1959, реж. С. Бондарчук), «Баллада о солдате» (1959, реж. Г. Чухпай), «Иванова детство» (1962, реж. А. Тарковский), которые, по словам Ж. Садуля и Е. Теплица, с «Тихим Доном» С. Герасимова составили образ советского кино в мире. Подлинность пережитых эпических событий, война как камертон звучит в фильмах: «Дом, в котором я живу» (1957, реж. Л. Кулиджанов и Я. Сегель), «Мир входящему» (1961, реж. А. Алова и В. Наумова), «Живые и мертвые» (1964, реж. А. Столпера по роману К. Симонова), «Отец солдата» (1965, реж. Р. Чхеидзе). Развенчание культа личности Сталина нашло своей реакцией неоромантические настроения к теме революции, «идеалы» которой были извращены. Отсюда выразительность и лиризм в теме гражданской войны в «Сорок первом» (1956) Г. Чухрая, радикальном переустройстве мира и святой веры в построение «рая» на земле в «Коммунисте» (1958) Ю. Райзмана и «Первом учителе» (1965) А. Кончаловского, жертвенности и героизма в «Павле Корчагине» (1957) и «Ветре» (1959) А. Алова и В. Наумова, «В огне брода нет» (1967) Г. Панфилова.

Тема 2.4. Новая реальность: российский и мировой кинематограф в эпоху постмодерна

Приход в кинематограф новых технологий. Увеличение каналов доставки кинофильмов. Ведущие кинематографисты США последних лет – С.Спилберг, М.Скорсезе, Д.Бартон, Дж. Кэмерон, Р. Скотт, О.Стоун, К. Тарантино, Д. Линч и их кинофильмы. Развитие постмодернистских тенденций в кино Франции. Творчество французских кинорежиссеров Ф. Озона, Л. Каракса, Л. Бессона. Продолжение лучших традиций «нового немецкого кино» в разностороннем творчестве Т. Тиквера. Торжество «молодежного кино Великобритании – киноленты Д. Бойла, Г. Ритчи, К. Лоуча. Роль международных кинофестивалей в современном кинематографическом процессе. Попытки стран Западной Европы противостоять не ослабевающей экспансии Голливуда. Информационное общество, движение к глобальному телевидению и крупнейшая индустрия нового времени – медиаиндустрия. Возникновение качественно нового – круглосуточного, общемирового информационного телевидения. Постмодернизм» в кино. Д.Линч, П.Гринуэй, К.Тарантино. Глобализация кинопроцесса, в число лидеров выходят режиссеры нетрадиционных кинематографических держав – скандинавские, южно славянские, испанские, китайские, корейские. Яркие представители эпохи – Д.Джармуш, А.Сокуров, О.Иоселиани, Э.Кустурица. Т.Бертон, П.Альмодовар. Перестройка, гласность и ТВ. Кино периода «застоя». Творческие триумфы и нарастание системного кризиса киноотрасли. Эпидемия «серых фильмов». Производственные конфликты, лакированная действительность в них. Падение кинопосещаемости. Кризис Союза кинематографистов СССР как главного гаранта и инициатора реформирования отрасли. Ужесточение системы административно-цензурного контроля. Отсутствие гласности в оценке фильмов произвол в решении судебных картин. Серьезные недостатки в развитии кинокритики. Фильмы-размышления С. Герасимова 70-х годов («У озера», «Любить человека»). Эпическая тема в «Сибириаде» А. Кончаловского и «Вкусе хлеба» А. Сахарова. Последние фильмы В. Шукшина – «Печки-лавочки» и «Калина красная». «Ты и я», «Восхождение» Л. Шепитько. «Прощание» Э. Климова. «Начало», «Тема», «Прошу слова» Г. Панфилова. Нравственные искания современников в фильмах драматурга А. Миндадзе и режиссера В. Абдрашитова: «Слово для защиты», «Поворот», «Охота на лис», «Остановился поезд», «Парад планет». Успех жанрового кинематографа В. Меньшова – «Москва слезам не верит», «Любовь и голуби». «Покаяние» Т. Абуладзе как общественное событие. Коммерциализация отечественного ТВ, его плюсы и минусы. Закат эры «олигархов» и усиление пропагандистского потенциала ТВ.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1	Теоретические основы политического кинематографа	
Тема 1.1	Политика в XX веке: субъекты и ресурсы модернизации. Идеология как основа современной власти	Устные ответы на вопросы
Тема 1.2	История кино. Кинематограф: его место в экономике, культуре и системе массовых коммуникаций.	Написание контрольной работы
Тема 1.3	Кино и его составляющие: сценарий, режиссура, актеры. Фильм как терапевтическая метафора	Написание доклада
Раздел 2	Кино в XX-XXI веке: от аттракциона к аттракциону?	
Тема 2.1	Начало века: кинематограф Европы, Америки и России накануне Первой мировой войны	Устные ответы на вопросы
Тема 2.2	Кино как элемент пропаганды: тоталитарные режимы и демократии в битве за гегемонию	Написание доклада
Тема 2.3	Кино в биполярном мире: советский и западный кинематограф рассказывает о преимуществах своего «образа жизни»	Написание контрольной работы
Тема 2.4	Новая реальность: российский и мировой кинематограф в эпоху постмодерна	Написание доклада

Форма промежуточной аттестации: **зачет**.

4. Основная литература

1. *Богомолова, Н. Н.* Социальная психология массовой коммуникации: учеб. пособие / Н.Н. Богомолова. – Москва : Аспект Пресс, 2010. – 192 с.
2. *Гаджиев, К. С.* Политология : учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлению (специальности) "Политология" / К. С. Гаджиев. - Изд. 2-е, перераб. и доп. - Москва : Логос, 2010. - 431 с. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Унив.б-ки ONLINE. - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84981>, требуется авторизация (дата обращения : 15.08.2016). - Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

**Факультет политики и международных отношений
Кафедра политических наук и технологий**

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ДИСЦИПЛИНЫ**

**КОПИРАЙТИНГ
(Б1.В.ДВ.8.2)**

по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в публичной и частной
сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная
Год набора – 2020

Автор-составитель:

канд. филол. наук, доцент кафедры политических наук
и технологий Зимина Л.О.

Новосибирск, 2019 г.

1. Цель освоения дисциплины: сформировать компетенции в области копирайтинга.

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-8	Способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.	ПК-8.4	Способность применять профессиональные знания в области рекламы, информационно-аналитической работы и копирайтинга по производству и распространению рекламной продукции

2. План курса

Раздел 1. Основы копирайтинга

Тема 1.1 Введение. Основные понятия копирайтинга

Цель и задачи курса. Необходимость изучения копирайтинга. Копирайтинг: искусство креатива. Суть программ креатива в современной рекламе. Возможности креатива. Копирайтинг в профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью. Коммуникационные основы рекламы. Правовые и этические аспекты письменной рекламной коммуникаций. Реклама и средства массовой информации.

Тема 1.2. Специфика рекламы как функционального варианта речи

Определение рекламы как функционального варианта речи. Цели и задачи рекламного дискурса. Схема рекламной коммуникации. Процесс текstopорождения. Стилистика рекламных текстов. Место рекламы в системе функциональных стилей. Стилиевые черты рекламного дискурса. Специфика рекламируемых товаров и услуг: финансовая реклама, страховая реклама, реклама недвижимости, автомобильная реклама, реклама работы, реклама отдыха и туризма, реклама здоровья, реклама розничных товаров, реклама продуктов питания, реклама распродажи, промышленная реклама, сообщения.

Тема 1.3. Разработка стратегии рекламного текста

Принципы создания письменных рекламных материалов. Творческая концепция рекламного сообщения. Основные рекламные стратегии. Типы творческих рекламных стратегий. Процесс разработки творческой рекламной стратегии. Этапы разработки стратегии создания рекламного текста в целом и его частей. Особенности копирайтинга в разных видах рекламы. Принципы и методы создания рекламного текста.

Тема 1.4. Структура и содержание рекламных текстов

Внелингвистические и лингвистические особенности рекламного текста. Композиционная структура рекламных текстов. Разные подходы к классификации композиции. Функции композиционных элементов. Вербальная часть рекламных текстов. Основные элементы текста. Заголовок. Подзаголовок. Основной текст. Варьирование композиции. Развёрнутая и свёрнутая композиция. Приемы составления текста. Эхо-фраза и слоган. Алгоритм создания слогана. Формы и жанры рекламы. Способы создания текстов разных жанров.

Тема 1.5. Жанрология рекламных текстов

Классификация жанров рекламы для разных носителей. Основные жанры печатной рекламы. Приемы создания текстов разных жанров печатной рекламы. Классификация жанров рекламы для радио. Приемы создания текстов разных жанров рекламы на радио. Классификация жанров телерекламы. Приемы создания текстов разных жанров телерекламы. Классификация жанров наружной рекламы. Приемы создания текстов разных жанров наружной рекламы. Жанры Интернет-рекламы. Приемы создания текстов разных жанров. Нетрадиционные жанры рекламы. Ambient реклама, indoor реклама. Мобильная реклама.

Раздел 2. Специфика создания текстов в рекламе

Тема 2.1. Креатив в рекламе

Планирование деятельности по созданию рекламного текста на основе комплексного подхода. Разработка концепции и идеи. Формально-семантическая организация текста. Разработка содержания текста. Характеристики текста. Метод и форма изложения. Правовые нормы. Формула AIDA. Поуровневый анализ текста. Приёмы создания рекламных текстов, основанные на использовании языковых средств разных уровней и средств графики. Заголовок. Основной текст. Код. Литературная обработка текста. Оформление текста. Разработка вариантов. Тестирование.

Тема 2.2. Особенности создания печатных рекламных текстов

Особенности печатных рекламных текстов, их разновидности. Подвиды печатной рекламы: 1) прессовая реклама, 2) каталог, 3) буклет, 4) проспект, 5) плакат, 6) листовка, 7) календарь, 8) этикетка и наклейка. Жанровая специфика печатной рекламы. Характеристика жанров печатной рекламы. Способы повышения физической читаемости текста и снижения сложности текста. Структура печатных рекламных текстов. Лингвистические приемы создания печатных рекламных текстов.

Тема 2.3. Рекламные тексты для электронных СМИ

Специфика текстов для радио и телевидения. Подходы к созданию рекламных текстов для радио и телевидения. Особенности аудиального и визуального восприятия текстов. Способы и приемы создания эффективных рекламных текстов для радио и телевидения. Алгоритмы написания сценариев аудио-и видеорекламы.

Тема 2.4. Рекламные тексты для Интернета

Специфика текстов для Интернета. Подходы к созданию рекламных текстов для сети Интернет. Виды интернет-рекламы. Баннеры. Контекстная реклама. Реклама в социальных сетях и блогах. Веб-сайты и веб-страницы. Рекламные тексты для электронных магазинов. Рекламные обращения в электронной почте. Способы и приемы создания эффективных рекламных текстов для сети Интернет. Современные технологии продвижения товаров и услуг в Сети Интернет.

Тема 2.5. Коммуникативные неудачи в рекламе

Понятие коммуникативная неудача. Причины коммуникативных неудач в рекламе. Типичные случаи коммуникативных неудач в рекламных текстах: многословие, дублирование информации в разных композиционных элементах текста, пропуск необходимого смыслового звена, немотивированное использование слов и оборотов, ошибки в употреблении омонимичных форм, неустранённая многозначность, ошибки в использовании графических и словообразовательных средств, неверное построение номинативных и других свёрнутых структур, неуместное использование жаргонизмов, не декодируемая аббревиация, излишняя терминологизация, нецелесообразное употребление иноязычной лексики. Пути устранения речевых нарушений.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1. Основы копирайтинга		
Тема 1.1.	Основные понятия копирайтинга	Устное выступление с докладом и презентацией
Тема 1.2.	Специфика рекламы как функционального варианта речи	Устное выступление с докладом и презентацией
Тема 1.3.	Разработка стратегии рекламного текста	Устное выступление с докладом и презентацией
Тема 1.4	Структура и содержание рекламных текстов	Устное выступление с докладом и презентацией, практическое задание
Тема 1.5	Жанрология рекламных текстов	Устное выступление с докладом и презентацией, практическое задание
Раздел 2. Специфика создания текстов в рекламе		
Тема 2.1.	Креатив в рекламе	Устное выступление с докладом и презентацией, практическое задание
Тема 2.2.	Особенности создания печатных рекламных текстов	Устное выступление с докладом и презентацией, практическое задание
Тема 2.3.	Рекламные тексты для электронных СМИ	Устное выступление с докладом и презентацией
Тема 2.4.	Рекламные тексты для Интернета	Устное выступление с докладом и презентацией
Тема 2.5	Коммуникативные неудачи в рекламе	Устное выступление с докладом и презентацией, практическое задание, защита контрольной работы

Зачет проводится с применением следующих методов: устное собеседование по вопросам

билета.

4. Основная литература

1. Бердышев, С. Н. Рекламный текст. Методика составления и оформления [Электронный ресурс] : учеб. пособие / С. Н. Бердышев. - 2-е изд. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012. — 182 с. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/5980.html>, требуется авторизация (дата обращения : 15.08.2016). - Загл. с экрана.

2. Иншакова, Н. Г. Рекламный и пиар-текст: основы редактирования [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов / Н. Г. Иншакова. — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 256 с. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/21069.html>, требуется авторизация (дата обращения : 15.08.2016). - Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕКЛАМЫ и СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ (Б1.В.ДВ.7.1)

Правовое обеспечение РСО

краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор – составитель:

Ст.преподаватель кафедры ПНиТ А. Ю. Марусов

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

ПК-6 - способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации

2. План курса:

Тема 1. Правовые аспекты в рекламной деятельности и PR

Связи с общественностью и реклама как деятельность по обмену информацией. Информация как особый объект правового и государственного регулирования. Права и ограничения в информационной сфере. Правовые риски при сборе и распространении информации. Ответственность организации и ее сотрудников в информационной сфере.

Тема 2. Российское законодательство об информации

История законодательного регулирования оборота информации в СССР и России. Конституция РФ и права человека в информационной среде. Закон об информации и информационных технологиях как основа регулирования информационной сферы. Законодательство о СМИ и рекламе. Законодательное регулирование избирательных компаний. Правовые акты, устанавливающие ответственность за информационные правонарушения.

Тема 3. Государственный контроль в информационной сфере

Функции, направления и механизмы контролирующей деятельности Роскомнадзора. Федеральная антимонопольная служба и контроль в сфере рекламы. Надзорная функция Прокуратуры в информационной среде. Деятельность правоохранительных органов по выявлению и предотвращению информационных преступлений. Участники и стадии привлечения к ответственности за информационные правонарушения.

Тема 4. Правовое регулирование рекламной деятельности

Эволюция рекламного законодательства РФ. Общие принципы регулирования рекламы. Общие требования к рекламе. Недобросовестная реклама. Недостоверная реклама. Особенности регулирования различных форматов рекламы. Специальные требования к рекламе отдельных категорий товаров и услуг. Разграничение сфер ответственности между рекламодателем, рекламораспространителем и рекламопроизводителем. Формы ответственности за нарушения рекламного законодательства.

Тема 5. Правовое положение средств массовой информации

Понятие средства массовой информации. Взаимоотношения редакции и учредителя СМИ. Правовой статус главного редактора и журналистов.

Сущность аккредитации и журналистского запроса. Регистрация СМИ. Специальные требования к отдельным видам СМИ. Права и обязанности журналистов. Злоупотребления свободой массовой информации. Ответственность за нарушения законодательства о СМИ и основания для освобождения от нее.

Тема 6. Законность в избирательных компаниях

Законодательные требования к предвыборной агитации. Агитации в СМИ. Правовые особенности освещения выборов. Опросы избирателей. «День тишины».

Тема 7. Правовой режим Интернет-сайтов, блогов и социальных сетей

Понятия «владелец» и «администратор» сайта. Деятельность регистратора домена и хостинг-провайдера. Запрещенная к распространению в РФ информация. Внесение в реестр запрещенных сайтов и блокировка ресурсов. Домен как объект прав. Поисковые системы и агрегаторы: особенности правового режима. «Право на забвение». Страницы в соцсетях и мессенджеры.

Тема 8. Основы защиты интеллектуальной собственности и нематериальных благ. Коммерческая и служебная тайна.

Объекты авторских прав и их защита. Авторские права при производстве рекламы. Товарные знаки и защита брендов. Ноу-хау и режим коммерческой тайны. Виды служебных тайн: банковская, адвокатская, врачебная и т.д.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1	Правовые аспекты рекламной деятельности и PR	
Тема 2	Российское законодательство об информации	Устный опрос
Тема 3	Государственный контроль в информационной сфере	Тестирование
Тема 4	Правовое регулирование рекламной деятельности	Написание контрольной работы
Тема 5	Правовое положение средств массовой информации	Выступления с докладами
Тема 6	Законность в избирательных компаниях	Устный опрос
Тема 7	Правовой режим Интернет-сайтов, блогов и социальных сетей	Выступления с докладами

Тема 8	Основы защиты интеллектуальной собственности и нематериальных благ. Коммерческая и служебная тайна.	Выступления с докладами

Форма промежуточной аттестации: **зачет**.

4. Основная литература

- Востряков Л. Е., Чимаров С. Ю., Ястребова Е. Ю. Правовой статус СМИ и правовое обеспечение связей с общественностью: учеб. пособие. СПб.: Издательство СЗИ РАНХиГС, 2012. – 239 с.
- Минбалеев А.В. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие/ Минбалеев А.В. – М.: Юриспруденция, 2012.— 223 с. — То же [Электронный ресурс]. — Электрон. текстовые данные.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8056>.— ЭБС «IPRbooks», требуется авторизация.
- Рассолов, И. М. Информационное право: учеб. для бакалавров / И. М. Рассолов, С. Г. Чубукова, А. А. Суворов ; отв. ред. И. М. Рассолов. – М.: Проспект, 2015. – 350 с.
- Тульсанова, О. Л., Дорский, А. Ю. Этическое и правовое регулирование связей с общественностью и рекламы. Часть 2: Учеб. пособие / О.Л. Тульсанова, А.Ю. Дорский. – СПб.: Роза мира, 2008. – 213 с.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
Факультет политики и международных отношений
Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ (Б1.В.ДВ.7.2)

Ком. менедж.

краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сфере»
квалификация выпускника: бакалавр
форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор-составитель:

кандидат политических наук,

доцент кафедры политических наук и технологий

С. Ф. Некрасов

Новосибирск, 2019 г.

1. Цель освоения дисциплины

Сформировать следующую компетенцию в области PR –технологий:

– ПК-6. Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации

2. План курса

Раздел 1. Сущность коммуникационного менеджмента.

Тема 1.1. Коммуникационный менеджмент и его роль в управлении организациями.

Тема 1.2. Управление коммуникационными процессами.

Тема 1.3. Процедуры реализации управленческих решений.

Раздел 2. Корпоративный коммуникационный менеджмент.

Тема 2.1. Коммуникационные взаимодействия корпорации.

Тема 2.2. Основы управления коммуникациями в организации.

Тема 2.3. Управление формированием корпоративной культуры.

Тема 2.4. Коммуникационные технологии в управлении персоналом.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Таблица 1.

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1.	Сущность коммуникационного менеджмента	
Тема 1.1.	Коммуникационный менеджмент и его роль в управлении организациями	Опрос
Тема 1.2.	Управление коммуникационными процессами	Коллоквиум
Тема 1.3.	Процедуры реализации управленческих решений	Тестирование
Раздел 2.	Корпоративный коммуникационный менеджмент	
Тема 2.1.	Коммуникационные взаимодействия корпорации	Эссе
Тема 2.2.	Основы управления коммуникациями в организации	Коллоквиум
Тема 2.3.	Управление формированием корпоративной культуры	Диспут
Тема 2.4.	Коммуникационные технологии в управлении персоналом	Контрольная работа

4. Основная литература

1. Бузин, С. В. Коммуникации в современной организации: сущность, элементы и этапы коммуникационного процесса, их значимость в повышении эффективности менеджмент [Электронный ресурс] / С. В. Бузин. - Электрон. дан. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 82 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. - Режим доступа :<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141265>, требуется авторизация (дата обращения : 29.11.2016). - Загл. с экрана.

2. Некрасов, С. Ф. Коммуникационный менеджмент: учеб. пособие для студентов всех форм обучения по специальности 030602.65 - Связи с общественностью / С. Ф. Некрасов; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Сиб. ин-т упр. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2014. - 64 с. - Т о же [Электронный ресурс]. - Доступ из Б-ки электрон. изд. / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа: <http://www.sapanet.ru>, требуется авторизация (дата обращения: 29.11.2016). - Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
Факультет политики и международных отношений
Кафедра физического воспитания и спорта

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Здоровьесберегающие технологии в образовании (Б1.В.ДВ.7.3)

краткое наименование дисциплины: ЗСТВО

по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора - 2020

Авторы – составители:

Заведующий кафедрой физического воспитания и спорта Юдин Дмитрий
Сергеевич

Старший преподаватель кафедры физического воспитания и спорта
Самсонова Евгения Андреевна

Новосибирск, 2019 г.

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области физической культуры, спорта и здоровье сберегающих технологий, направленных на психофизическую готовность студентов к успешной профессиональной деятельности, посредством участия в групповой работе на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, которое обеспечит готовность к социально-профессиональной деятельности.

2. План курса:

Тема 1.1 Здоровьесберегающее образовательное пространство вуза

Теоретические аспекты здоровье сберегающих технологий в образовании. Основы науки о здоровье. Здоровье и факторы их определяющие. Организация и формирование здоровья. Факторы риска возникновения заболеваний. Понятие и структура индивидуального здоровья. Физическое здоровье и его критерии. Здоровье как ценность образования. Содержание факторов влияния здорового образа жизни на профессиональную деятельность личности. Понятие здоровье сберегающих технологий в профессиональном образовании. Анализ учебных занятий с позиции здоровье сбережения. Здоровье сберегающие технологии инклюзивного образования. Санитарно-гигиеническое состояние и санитарно-педагогические требования к образовательным учреждениям. Учебная нагрузка и двигательная активность студентов в вузе. Проблемы осуществления здоровье сберегающей деятельности в вузе. Сущность понятия «здоровье сберегающие образовательные технологии», принципы использования технологий здоровье сбережения. Систематика и взаимосвязь здоровье сберегающих технологий, используемых в образовательных учреждениях. Здоровье сбережение студентов с проблемами в развитии в системе специального образования. Морфофункциональные особенности организма в норме и у лиц с ограниченными возможностями здоровья, классификация нарушений. Специальное образование и здоровье лиц с ОВЗ.

Тема 1.2. Социально-педагогические факторы здорового образа жизни

Организация жизнедеятельности студентов в вузе в соответствии со здоровым образом жизни. Оптимальный режим труда и отдыха, индивидуальные программы применения различных средств физической культуры, активная мышечная деятельность, физическая нагрузка, закаливание. Процесс познания как совокупность познавательных операций обучающихся. Профилактика вредных привычек. Формирование здоровьесберегающего образовательного пространства учебного учреждения.

Тема.2.1. Нетрадиционные оздоровительные технологии

Дыхательная гимнастика. Самомассаж. Гимнастика для глаз. Антистрессовая пластическая гимнастика. Двигательная пластика по методу Слядневой. Танцевально-экспрессивный тренинг. Программа по адаптивной физической культуре для лиц с психосоматическими нарушениями на основе принципов М. Норбекова. Йога, основные элементы. Национальные спортивные и оздоровительные технологии (дартс, питербаскет, хоккей на полу и т.д.). Новые физкультурно-спортивные виды и их характеристика, новые виды спорта союза глухих, среди инвалидов и виды спорта для спортсменов с нарушением ОДА. Кинезиологические методы и упражнения. Упражнения для развития, коррекции и профилактики различных заболеваний.

Тема.2.2. Технологии физкультурно — спортивной деятельности.

Классификация и характеристика технологий физкультурно-спортивной деятельности. Гимнастика для лиц с ОВЗ: оздоровительная аэробика, фитбол-аэробика, шейпинг, система специальных упражнений на растягивание Е.И. Зуева и другие. Гидрореабилитация. Особенности занятий при различных заболеваниях (сердечно-сосудистые заболевания, желудочно-кишечного тракта, эндокринных заболеваний, опорно-двигательного аппарата, центральной нервной системы, почек и т.д.).

Понятия и классификация профессионально-ориентированных видов двигательной

деятельности в адаптивной физической культуре. Краткая характеристика профессионально-ориентированных видов соревновательной и учебно-тренировочной деятельности в АФК. Сущность и общая характеристика физкультурно-оздоровительных технологии. Организация физкультурно-оздоровительной работы в учебном заведении. Двигательная активность и психофизиологическое состояние студента. Понятие «игровые технологии», влияние игровых технологий на состояние здоровья. Обоснование оптимальных физических нагрузок и их направленное воздействие на деятельность центральной нервной, сердечно-сосудистой и дыхательных систем. Методы стимулирования на учебных занятиях в вузе. Модели соревновательной деятельности, применяемые в адаптивном спорте (в параолимпийском, сурдлимпийском и специальном олимпийском движениях).

Тема 2.3. Приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций.

Теоретический основы оказания первой помощи, действия при оказании первой помощи. Виды и принципы оказания неотложной помощи. Оказание неотложной помощи в чрезвычайных ситуациях. Определение состояния пострадавшего. Оказание помощи при кровотечениях, травмах, ушибах, вывихах, переломах, обмороках, ожогах. Оказание помощи при инородных телах в коже. Материалы для оказания первой помощи – повязки и перевязки.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Тема1.1	Здоровье сберегающее образовательное пространство вуза	Решение тестового задания на бумажном носителе Устный ответ на вопросы Анализ конкретной ситуации
Тема 1.2	Социально-педагогические факторы здорового образа жизни	Устный ответ на вопросы
Тема 2.1	Нетрадиционные оздоровительные технологии	Устный ответ на вопросы
Тема 2.2	Технологии физкультурно — спортивной деятельности	Устный ответ на вопросы. Групповая дискуссия на тему преподавателя, заданную в устной/письменной форме
Тема 2.3.	Приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций.	Работа в группе по выполнению задания преподавателя, заданного в устной форме

Форма промежуточной аттестации – зачет.

4. Основная литература.

1. Адаптивная физическая культура в практике работы с инвалидами и другими маломобильными группами населения [Электронный ресурс] : учеб. пособие / С. П. Евсеев [и др.]. — Электрон. дан. — Москва : Советский спорт, 2014. — 304 с. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/40766>, требуется авторизация (дата обращения : 10.08.2016). – Загл. с экрана.

2. Бомин, В. А. Здоровьесберегающие технологии в сохранении и формировании здоровья студентов [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие / В. А. Бомин, К. В. Сухинина. — Электрон. дан. — Иркутск : Иркутский филиал Российского государственного университета физической культуры, спорта, молодежи и туризма,

Иркутская государственная сельскохозяйственная академия, 2011. — 156 с. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». — Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/15684>, требуется авторизация (дата обращения : 10.08.2016). — Загл. с экрана.

3. Гараева, Е. А. Здоровьесберегающие технологии в профессионально-педагогическом образовании [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Е. А. Гараева. — Электрон. дан. — Оренбург : Оренбург. гос. ун-т, ЭБС АСВ, 2013. — 175 с. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/30107>, требуется авторизация (дата обращения : 10.08.2016). — Загл. с экрана.

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
Факультет политики и международных отношений
Кафедра политических наук и технологий

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ДИСЦИПЛИНЫ**

**КОНСАЛТИНГ В СВЯЗЯХ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**
(Б1.В.ДВ.7.1)

Консалтинг в СО

краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»
квалификация выпускника: бакалавр
форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор – составитель:

К-т полит. наук, доцент кафедры ПНиТ

Н.А. Пономаренко

Новосибирск, 2019 г.

1. Цель освоения дисциплины:

Дисциплина “Консалтинг в СО” обеспечивает формирование компетенции ПК-7 способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникативных кампаний и мероприятий.

2. План курса:

Модуль 1. Консалтинг в связях с общественностью: введение в дисциплину

Тема 1.1. Консалтинг в связях с общественностью: определение, функции, цели и задачи

Положение консалтинга в системе связей с общественностью. Определения консалтинга. Классификация видов консалтинговых услуг. Консалтинг и его превращение в профессию. Современное состояние и перспективы развития консалтинга как профессиональной деятельности: историческая ретроспектива. «Первая волна» (конец XIX в. – 1940-е гг. XX в.); «вторая волна» (1950-е – 1960-е гг.); «третья волна» (1970-е – 1980-е гг.); «четвертая волна» (с конца 1980-х гг. по настоящее время). Функция консультанта в сфере связей с общественностью: аналитико-прогностическая; организационно-технологическая; информационно-коммуникативная; консультативно-методическая. Виды консультативных функций: диагностика процесса, консультирование проектов. Актуальность PR-консалтинга и позиции информационно-коммуникативной сферы. Направление консалтинга. Классификации видов консалтинговых услуг. Специализированные (консалтинговые) услуги.

Тема 1.2. Фазы консультативного процесса

Подготовка: первый контакт с клиентом, предварительный диагноз проблемы, планирование задания, предложения клиенту относительно задания, контракт на консультирование. **Диагноз:** обнаружение фактов, анализ и синтез фактов, детальное изучение проблемы. **Планирование действий:** выработка решений, оценка альтернативных вариантов, предложение клиенту, планирование осуществления решений. **Внедрение:** помощь в осуществлении, корректирование предложений, обучение. **Завершение:** оценка, конечный отчет, расчет по обязательствам, планы на будущее, заключительный контакт.

Тема 1.3. Маркетинг консалтинговых услуг

Цель, задачи и функции маркетинга консалтинговых услуг. Формирование спроса на услуги политконсультантов. Информирование потенциальных клиентов. Развития и внедрения практики приглашения специалистов в сфере консалтинга. Причины затратного консультирования. Риски отсутствия консультантов при проведении политических кампаниях. Формирование предложения на рынке консалтинговых услуг. Структура сформированного предложения. Письменная и смешанная форма предложения. Составление контракта на услуги политического консультирования. Особенности рынка консалтинговых услуг в России. Тенденции развития рынка консалтинговых услуг в современной России. Основные организационные структуры в сфере связей с общественностью. Ведущие национальные и мировые консалтинговые агентства в сфере связей с

общественностью и направления их деятельности. Правовые и этические документы, регулирующие консалтинговую деятельность.

Тема 1.4. Консалтинг и средства массовой информации

Защита информации и консалтинг. Режимы использования информации в материалах в СМИ «под запись», «не для записи», «для сведения». Политическая реклама в средствах массовой информации и коммуникации. Политическая реклама на телевидении. Политические кампании и Интернет. Политическая реклама в периодической печати. Политическая реклама на радио. Наглядная агитация.

Модуль 2. Место и роль политического консалтинга в системе консультационных услуг

Тема 2.1. Социология политики как методологическая основа политического консалтинга

Политический консалтинг в общей системе консультационных услуг. Политический консалтинг как комплекс консультационных услуг и комплексное изучение политической сферы. Политический консалтинг в системе анализа политической системы и изучения политических отношений в обществе. Консультационные услуги и комплексное изучение политической сферы общества. Услуги профессиональных консультантов и консалтинговых компаний. Социология политики как методологическая основа формирования концепции политического консалтинга и исследования политической сферы. Использование услуг профессиональных консультантов и консалтинговых компаний. Особенности применения на практике моделей экспертного, процессного, обучающего консалтинга. Пользование услугами независимых консалтинговых агентств и собственных консультационных служб политических структур.

Тема 2.2. Диагностика социально-политической ситуации. Исследования политической сферы

Понятие и методы политической диагностики. Аудит политических структур. Методика и техника проведения мониторинга социально-политических процессов. Реализация комплекса информационных, научно-методических, нормативно-правовых, организационных и финансовых мер. Последовательность этапов политического мониторинга, операций и процедур. Особенности этапов сбора, регистрации и обработки данных. Соблюдение требований к формированию выборки, объекту исследования. Функции мониторинга как инструмента управления политическими системами и процессами. Принципы построения политического мониторинга: системность, адресность и предметная направленность. Организационная, научно-методическая, организационно-техническая подсистемы политического мониторинга. Методика проведения мониторинга социально-политических процессов, политических предпочтений и электорального поведения. Технологии исследования в политическом консалтинге.

Тема 2.3. Планирование политической кампании

Разработка плана-графика и бизнес-плана кампании в рамках выбранного типа политического консалтинга. Позитивное прогнозирование. Негативное

прогнозирование. Анализ влияющих факторов в выделенной политической ситуации. Работа с конкурентами. Обзор технологий. Процедурные отличия применяемых технологий политического консалтинга. Системные отличия технологий, применяемых в рамках кампании. Причины и степень обоснованности применения технологий. Плюсы и минусы их применения, другие спецификации. Обзор ресурсов: коммуникационные и организационные ресурсы, кадровые ресурсы, финансовые ресурсы, силовые ресурсы и ресурсы социальной поддержки. Календарный план кампании. Основные этапы кампании. Результаты, которые должны быть достигнуты в конце каждого из этапов кампании. Определение ответственных на каждом из этапов кампании по основным системным составляющим. Сопутствующие документы. Информационная справка о кампании. Протоколы совещаний и встреч в рамках обсуждения кампании. Контактные данные людей, с которыми необходимо поддерживать отношения в рамках осуществления кампании. Маркетинговые составляющие кампании. Договор и приложения к нему. Итоговые документы (предложения, справки, отчеты). Формирование бюджета политической кампании.

Тема 2.4. Методы организации команды и обеспечение источников финансирования

Формирование команды как организационный этап политического консалтинга. Цели и основные методы формирования команды. Основные функции команды. Общие подходы к структуре команды: структура ответственности, система отчетности, система заместителей, система полномочий, обеспечение полного оперативного управления командой. Критерии подбора персонала: личностные, организационные, временные, материальные, информационно-коммуникационные. Определение ресурсов и условий, необходимых для успешного функционирования команды и каждого из ее подразделений: понимание собственных целей и целей клиента; наличие материального обеспечения деятельности (от минимума к оптимуму); наличие системы оценки деятельности и обратной связи; наличие объективных отличий и(или) преимуществ перед конкурентами. Характеристика кадрового состава команды: руководитель кампании, комитет поддержки, диспетчер, руководитель группы добровольцев, пресс-секретарь, руководитель штаба кампании, руководители специальных проектов, руководитель кампании по сбору подписей, руководитель службы безопасности и представительского кортежа, руководители специальных агитационных мероприятий, менеджер кампании «от дверей до дверей», менеджер по распространению листовок, менеджер по привлечению пассивных избирателей, менеджеры выделенных групп избирателей, менеджер кампании в день выборов и консультанты кампании. Фанд-рейзинг и особенности обеспечения источников финансирования.

Модуль 3. Политические технологии и их применение в сфере консалтинга

Тема 3.1. Стратегия избирательных кампаний

Формирование стратегии: постановка задач. Модели электората и подходы к формированию стратегии: «наивный» подход, аппаратный подход, социально-экономический подход, модель идеального кандидата, проблемный подход, комплексный подход, проблемно-адресный подход, рекламный подход, манипулятивные подходы. Модель доминирующего стереотипа и положительного образа кандидата (партии). Разработка стратегии на основе положительного образа кандидата (партии). Определение положительного образа. Типовая стратегия отождествления. Расширение положительного образа. Компенсация антиобраза. Типовая стратегия борьбы со стереотипом. Негативные кампании. Типовая стратегия контрхода. Стратегия по отношению к конкурентам. Тематика кампаний. Типовая стратегия «одной темы». Стратегия кампании и активность избирателей. Конфигурация кампании, установка, адресная группа. Активное воздействие на конфигурацию кампании.

Тема 3.2. Особенности тактики избирательной кампании

Тактический рисунок кампании: направления кампании; спецпроекты; основные мероприятия кампании; принцип тотальности; этапы кампании. Агитационно-рекламное направление: решаемые задачи и особенности направления, формирование и поддержка имиджа кандидата, фирменный стиль и основные агитационный материалы (установочный пакет), прямая реклама в СМИ, косвенная реклама в СМИ. Скандал как информационный повод, пресс-служба и медиапланирование, наружная реклама и распространяемые агитационные материалы. Нестандартные формы агитации. Организационно-массовое (полевое) направление: роль и перспективы оргмассового направления в избирательных кампаниях, задачи и планирование оргмассового направления, формирование и организация работы команды агитаторов, программа «от двери к двери», телефонная агитация, рассылка агитационных материалов, базы данных по избирателям, встречи кандидата с избирателями, другие мероприятия направления. Информационно-аналитическое обеспечение: решаемые задачи и особенности направления, аналитика, задачи социологии и рекомендации по организации исследований, пристрелка к округу, мониторинг и моделирующие исследования, использование данных социологии для прогнозирования результатов выборов, коэффициент полезного действия политтехнолога. Связи с внешними организациями. Юридическое обеспечение. Финансовое и техническое обеспечение.

Тема 3.3. Управление избирательными кампаниями

Структура управления кампанией. Функционально-проектная схема штаба. Уровни штабов и конкретные примеры штабных структур. Последовательность формирования штаба. Проблема устойчивости штабов. Проектирование избирательных кампаний. Проектная документация. Разработка стратегии. Разработка тактики. План-график избирательной кампании. Спецпроекты. Уточнение и корректировки проекта кампании. Ускоренное проектирование. Проект рекламной кампании.

Тема 3.4. Партийное строительство

Партийное строительство в современной России. Постановка задачи. Партийное строительство выбора. Составляющие партийного строительства.

Партийная идеология и ее роль в партстроительстве. Идеология как системообразующий фактор. Идеология, политическая позиция и программные документы партии. Идеологические типы российских партий. Идеализированные партии. Партии лидерского типа. Партии власти. Основы работы с партийными функционерами, активистами и сторонниками партии. Партийная структура. Основные направления деятельности партийных организаций. Оргмассовое направление. Агитационно-рекламное направление. Информационно-аналитическое направление. Управление и планирование работы партийной структуры. Последовательность действий при создании партии и партийных организаций. Типичные внутриэлитные конфликты. Этапы создания партии и партийных организаций. Типовые внутрипартийные конфликты (кризисы роста). Авангардные и референтные партии. Партстроительство и депутатская фракция. Ресурсы для партстроительства.

Тема 3.5. Особенности составления политических проектов

Понятие политического проекта. Политические проекты и выборы. Предвыборные кампании. Политические проекты и их роль в процессе партстроительства. Типовые политические проекты. Политические кампании. Референдумы и опросы. Гражданские кампании. Кампании протеста. Кампании по сбору средств. Общественные организации как политический проект. Фланкирующие организации и адресные политические проекты. Политические фонды и движение протеста. «Гуманитарные» проекты. Локальные политические проекты. Ресурсы для политических проектов. Параллельные кампании: определение и постановка задачи. Сшивка кампании на уровне стратегии и тактики. Стандартизация избирательных кампаний. Подготовка параллельной кампании как предвыборный проект.

Тема 3.6. Административный ресурс и «грязные» политические технологии

Грязные политические технологии: определение. Типовые «грязные» технологии. Обман (дезинформация) избирателей и подкуп. Семейный агитатор. Клонированный фонд. Выдвижение двойников. Имитация поддержки от статусных людей. Имитация действий от имени конкурента. Имитация нежелательной поддержки конкурентов. Административный ресурс. Использование административного ресурса. Прямое административное давление на избирателей: подкуп, угрозы и подтасовка результатов голосования. Давление на конкурентов: информационная блокада, отстранение от выборов, уголовное преследование. Принципы противодействия «грязным» технологиям.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Раздел	Методы текущего контроля успеваемости
Модуль 1. Консалтинг в связях с общественностью: введение в дисциплину	Письменное задание
Модуль 2. Место и роль политического консалтинга в системе консультационных услуг	Коллоквиум

Модуль 3. Политические технологии и их применение в сфере консалтинга	Контрольное задание с элементами аналитической работы (отчет по проекту)

4. Основная литература

1. Блюмин, А. М. Информационный консалтинг: теория и практика консультирования : учебник / А. М. Блюмин ; Ин-т гос. упр., права и инновац. технологий. - Москва : Дашков и К, 2013. - 361 с. – То же [Электронный ресурс]. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450721>, требуется авторизация (дата обращения : 29.07.2016). — Загл. с экрана. – То же [Электронный ресурс]. — Доступ из ЭБС изд-ва «Лань». — Режим доступа : <http://e.lanbook.com/book/93503>, требуется авторизация (дата обращения : 29.07.2016). — Загл. с экрана.
2. Забурдаева, Е. В. Политическая кампания: Стратегии и технологии : учебник / Е. В. Забурдаева. - Москва : Аспект Пресс, 2012. - 344 с. - То же [Электронный ресурс]. – Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/8969>, требуется авторизация (дата обращения : 29.07.2016). – Загл. с экрана.

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
Факультет политики и международных отношений
Кафедра политических наук и технологий

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ДИСЦИПЛИНЫ**

ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЭЛИТОЛОГИЯ
(Б1.В.ДВ.8.1)

Полит.элитология

краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»
квалификация выпускника: бакалавр
форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор – составитель:

К-т полит. наук, доцент кафедры ПНиТ Н.А. Пономаренко

Новосибирск, 2019 г.

1. Цель освоения дисциплины:

Дисциплина “Политическая элитология” обеспечивает формирование компетенции ПК-6 - способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

2. План курса:

Модуль 1. Введение в политическую элитологию

Тема 1.1. Классические теории элит: формирование базовых концептов

Причины формирования теории элит. Марксизм и элитизм. Особенности классических теорий элит. В. Парето «теория циркуляции элиты». Элиты, контрэлиты и масса. Принципы обновления политической элиты. Элита «лис» и элита «львов». «Правящий класс» Г. Моски. Классификация элиты (открытая и закрытая). Передача власти элитой и тип политического режима. Причины и условия политической трансформации. Циркуляция элит как двигатель исторического процесса. Р. Михельс и «железный закон олигархии». Значение классического периода формирования теории элит.

Тема 1.2. Развитие теории элит в современной политологии: теория элитарной демократии и леворадикальная теория элит

Направления развития теории элит в современной политологии. Й. Шумпетер «Капитализм, социализм и демократия» (1942) и новое понимание демократии. Теория элитарной демократии. «Демократический элитизм» как интеллектуальная основа плюралистической теории демократии. Развитие теории элитарной демократии в 1970–1980 гг. на основе соединения элементов теории элит и теории плюралистической демократии. Концепция плюрализма элит. С. Келлер, А. Роуз, Д. Рисмен. Теория демократического элитизма как обоснование современных западных демократий. Леворадикальная теория элиты - антипод плюралистической теории. Ч. Миллс, Ф. Хантер, У. Домхофф. Концепция закрытости правящего класса. Структурные факторы единства правящей элиты. Социальная природа правящего класса У. Домхоффа. Методы идентификации элиты: позиционный, репутационный и десизионный. Роль и значение теории элитарной демократии и леворадикальной теории элит.

Тема 1.3. Исследование политической элиты в России

Причины формирования политической элитологии в России. Институционализация элитологии. Исследования посвященные историческим, теоретическим и методологическим аспектам темы. Изучение сущностных и функциональных особенностей различных сегментов элит (федеральная, региональная, административная, парламентская). Исследование отношения между различными группами элиты. Формирование научной отрасли изучения региональной политической элиты как ведущего направления в отечественной элитологии. Кризис отечественной элитологии: причины и последствия.

Модуль 2. Правящая элита в условиях трансформации политической системы России

Тема 2.1. Изменение структуры политической элиты в постсоветской России

Август 1991 г.: дробление политической элиты. Демократизация – фактор ослабления внутриэлитного контроля и распыления властного ресурса. Рост напряженности в политической системе. Указ №1400 и институциональное оформление противоборствующих групп политической элиты. Октябрь 1993 г. – силовое решение вопроса. 1993 – 1996 гг.: институционализация политической элиты. Выборы как механизм легитимации «новой» политической элиты. Провал «демократической революции кадров». Конвертирование экономического капитала в политический. Вхождение групп бизнес-элиты в политический класс: причины и последствия. Приватизация. Конвертирование политического капитала в экономический и складывание системы государственного капитализма. Консервация сложившейся системы отношений. 1996 – 1999 гг.: консолидация политической элиты. Президентская кампания 1996 г. – пакт элит. Попытка формирования «вертикали власти». Строительство «партии власти» как способ установить контроль над ресурсами. Феномен «приемника». Декабрь 1999 г. – разрушение сложившейся системы внутриэлитных отношений.

Тема 2.2. Формирование патрон-клиентельной системы отношений в рамках политической элиты

Сущность патрон-клиентельной системы отношений. Причины формирования патрон-клиентельной системы отношений в постсоветской России. Механизмы становления патрон-клиентельной системы. Правящая элита как межинституциональное формирование в рамках политической системы. Формирование институтов власти «под себя». Патрон-клиентельная система – «гарант» коррупционных отношений в высших эшелонах власти. Появление «теневых» центров влияния и групп лоббирования. Сверхперсонификация власти и ее последствия для политического режима.

Тема 2.3. Особенности инкорпорации и экскорпорации политической элиты в постсоветской России

Определение процесса инкорпорации, ротации и экскорпорации. Принципы инкорпорации в постсоветской России. Выборы и назначение как главные каналы инкорпорации. Непотизм как ключевой принцип формирования элиты. Административный ресурс при формировании политической элиты. «Высокие» и «низкие» входы в элиту и феномен «карьерного скачка». «Кадровый голод» в постсоветской России. Специфика экскорпорации политической элиты в постсоветской России. «Кадровая мясорубка» Б.Н. Ельцина. Полная экскорпорация, частичная экскорпорация, деформализация, декапитализация, резервация. Каналы и принципы экскорпорации. «Государственный бизнес», фонды и ассоциации как синекуры для политической элиты. Сопротивление экскорпорации: «отставки с возвратом».

Тема 2.4. Трансформация региональной политической элиты в постсоветской России

Разрушение эшелонированной системы управления. Реакция регионов на Указ №1400. Институциональное оформление конфликта групп элиты в регионах. Новая доктрина организации работы с регионами. Отказ Центра от правового контроля в пользу контроля за политико-идеологической ориентацией глав региональных администраций. Назначение глав администраций. Принцип персональной ответственности глав администраций перед президентом. Роль и функции полпредов в регионах. Осень 1993 г.: превращение исполнительной ветви власти в доминирующую в политической системе регионов. Выборы губернаторов. Легитимация местных элит. Тотальная президентация национальных республик. Электоральные циклы в регионах: приход на политическое поле федеральных игроков. Особенности складывания региональных режимов. «Торг» региональной политической элиты с Центром. Формирование асимметричной федерации. Суверенизация региональных политических элит.

Модуль 3. Стабилизация системы политической элиты в современной России

Тема 3.1. Особенности структуры политической элиты в современной России

Демонтаж регентской системы постсоветской России в начале 2000-х гг. Ликвидация альтернативных центров власти в политической системе. Формирование группы поддержки из политической элиты «реформаторскому курсу». Принцип моноцентризма власти. Консолидация политической элиты в Совете Безопасности РФ. Группы политической элиты: «семья», «питерцы», «силовики». Изменение баланса групп политической элиты в современной России. Цели и задачи милитаризации власти. «Единая Россия» как элитная партия власти. Президентская кампания 2008 г. – консолидация политической элиты

Тема 3.2. Переориентация каналов «входа» и «выхода» в/из системы политической элиты

Принципы и каналы инкорпорации в современной России. Восстановление контроля над каналами элитной мобильности. Рост горизонтальной мобильности. Закон «О системе государственной службы РФ» 2003 г. Увеличение численности «силового» блока в политической элите в 2000-е гг. Создание кадрового резерва. Сокращение темпов эскорпорации. Новые каналы эскорпорации. Восстановление стабильности системы политической элиты. Депутатская деятельность как основной тип резервации в современной России.

Тема 3.3. Политические реформы и правящий класс в современной России

Преодоление дисфункции властных органов. Восстановление государственных институтов и управляемости. Создание трехуровневой системы распределения власти между центром и регионами. Создание федеральных округов. Изменение статуса губернатора и глав местного самоуправления. Изменение принципа формирования Совета Федерации. Исключение из политического процесса региональной элиты как фактора влияния. Создание Государственного Совета. Унификация законодательства. Формирование «вертикали власти» и «партии власти». Новый конфликт интересов: вытеснение олигархических групп из политической системы. Опальные олигархи и «дело

ЮКОСА». Реформа Государственной думы и новые принципы партийного строительства.

Тема 3.4. Механизмы борьбы с коррупцией и формирование ответственной политической элиты

Разрушение клановой патрон-клиентельной системы как основная задача в борьбе с коррупцией в высших эшелонах власти. Правовые основы антикоррупционных мер. Структурные и институциональные ограничения политической элиты. Гражданское общество как механизм ограничения всевластия политической элиты. Формирование ответственной и эффективной элиты - стратегическая задача РФ.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Наименование раздела	Форма текущего контроля
Раздел 1 Введение в политическую элитологию	Письменное задание
Раздел 2 Правящая элита в условиях трансформации политической системы России	Коллоквиум
Раздел 3. Стабилизация системы политической элиты в современной России	Контрольное задание с элементами аналитической работы (отчет по проекту)

4. Основная литература.

1. Булдакова, Л. В. Политическая элита: Основные понятия, базовые концепции [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Л. В. Булдакова. – Электрон. дан. - Кемерово : Кемеров. гос. ун-т, 2010. - 300 с. – Доступ из «Унив. б-ки ONLINE». – Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=232221>, требуется авторизация (дата обращения : 03.07.2016). – Загл. с экрана.
2. Чирикова, А.Е. Региональные элиты России [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А.Е. Чирикова. – Электрон. дан. - Москва : Аспект Пресс, 2010. - 272 с. – Доступ из ЭБС «IPRbooks». – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8934>, требуется авторизация (дата обращения: 03.07.2016). – Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
Факультет политики и международных отношений
Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

PR-ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭЛЕКТОРАЛЬНЫХ ПРОЦЕССОВ

(Б1.В.ДВ.9.1)

Краткое наименование – PR-обеспечение ЭП

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль: «Реклама и связи с общественностью в публичной и частной
сферах»

Квалификация выпускника: Бакалавр
Форма обучения: очная, заочная

Год набора 2020

Автор-составитель:

к.ист.н., доцент, декан факультета ПиМО

С.В. Козлов

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

ПК-7 - способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникативных кампаний и мероприятий.

2. План курса:

Раздел 1. Технологическое обеспечение подготовительного этапа электоральных кампаний

Тема 1.1. Планирование электоральных кампаний

Проведение исследований и анализ предвыборной ситуации. Технологии проведения электоральных исследований. Формальные и неформальные, прямые и косвенные, количественные и качественные методы исследований. Информационные ресурсы предвыборной кампании. Исследования округа: географическая информация, демографические, социально-экономические, исторические, культурные данные, данные о политической ситуации и преступности. Исследование состояния общественного мнения: исследование электората и анализ авторитетных мнений. Исследование средств массовой информации. Исследование кандидатов-оппонентов, их команд и спонсоров. Исследование кандидата и его команды. Исследование прошлых выборов. Определение целей кампании и целевых аудиторий. Стратегическое и тактическое планирование.

Тема 1.2. Организация избирательного штаба илевой структуры

Место полевой структуры в электоральных кампаниях. Формирование полевой структуры. Участковые и маршрутные агитаторы. Формирование бригад агитаторов. Принципы планирования работы полевого направления. Составление плана-графика кампании. Полевой штаб как орган структурного управления электоральной кампанией. Штатный состав избирательного штаба. Функции юридической, контрактной служб и службы «спецпроектов».

Раздел 2. Технологии реализации электоральных кампаний

Тема 2.1. Использование медиа в электоральных кампаниях

Создание новостных поводов. Особенности телевизионной PR-коммуникации. Формы непосредственной PR-коммуникации: выступления и теледебаты. Жанры телевизионной политической рекламы: рекламный ролик, рекламный спот, рекламный видеоклип, рекламный видеофильм,

рекламная передача. Политические реклама и PR в прессе. Формы политической PR-коммуникации в прессе: журналистские публикации, программные документы и выступления. Интернет в политической коммуникации. Информационные, презентационные и интерактивные интернет-ресурсы.

Тема 2.2. Технологии групповой и межличностной коммуникации в электоральных кампаниях

Сбор подписей в поддержку выдвижения кандидата. Цели и виды сбора подписей. Этапы подписной кампании. Коммуникация с избирателями на встречах и митингах. Встречи на специально организованных мероприятиях. Встречи по месту работы, жительства, интересов. «Случайные встречи» как политическая технология. Общие рекомендации, позволяющие добиться максимального эффекта при встречах с избирателями. План построения политического выступления. Межличностная коммуникация в политической кампании. Кампания «от двери к двери»: особенности и правила осуществления. Директ-маркетинг в политической кампании. Почтовые рекламные обращения. Телефонный маркетинг в политической кампании. Почтовая рассылка. Листовочная кампания. Кампания агитационных пикетов. Рассылка и разноска агитационных материалов.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1	Технологическое обеспечение подготовительного этапа электоральных кампаний	
Тема 1.1	Планирование электоральных кампаний	Устный опрос
Тема 1.2	Организация избирательного штаба и плевой структуры	Проверка конспектов
Раздел 2	Технологии реализации электоральных кампаний	
Тема 2.1	Использование медиа в электоральных кампаниях	Доклад
Тема 2.2	Технологии групповой и межличностной коммуникации в электоральных кампаниях	Тестирование, контрольная работа

Форма промежуточной аттестации: **зачёт**.

4. Основная литература

1. *Гринберг, Т. Э.* Политические технологии: PR и реклама: учеб. пособие для студентов вузов / Т. Э. Гринберг. – 2-е изд., испр. – Москва : Аспект Пресс, 2012. – 280 с. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». -

Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/9021>, требуется авторизация (дата обращения: 15.08.2016). - Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕОРИИ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ (Б1.В.ДВ.9.2)

СТМК

краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»
квалификация выпускника: бакалавр
форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор(ы) – составитель(и):

к. полит. наук, доцент Березняков Д.В.

Новосибирск, 2019 г.

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию ПК-7: способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникативных кампаний и мероприятий. Этап освоения компетенции: ПК-7.5.

2. План курса:

Тема 1. Картография теорий массовых коммуникаций. Общая характеристика современного этапа развития исследований в области массовой коммуникации в сравнении с предыдущими: социально-экономический, политический и культурный контексты Поздней Современности. Понятие альтернативной парадигмы и «карта теорий медиа» (*media theory map*) по Д. Маккуэйлу. Преемственность и новизна проблематики. Эмансипация интернет-коммуникаций и вызовы классическим парадигмам в области медиа-исследований. Методологический плюрализм и междисциплинарность как базовые характеристики пространства современных теорий.

Тема 2. Медиаэкология и теории технологического детерминизма. Становление проблематики медиаэкологии как междисциплинарной области научных исследований. Возникновение Торонтской школы. Э. Хевлок: интерпретация роли алфавита в греческой культуре. Устная и письменная культура: сравнительная характеристика в работах У. Онга. Ключевые идеи Г. Инниса о роли технологий коммуникации в человеческой истории. Концепция М. Маклюэна как оригинальный вариант философии техники: «средство коммуникации есть сообщение», противопоставление «горячих» и «холодных» медиа, «Галактика Гуттенберга» и мифогенный потенциал электронных медиа эпохи «глобальной деревни». Четыре стадии развития новых медиа. Концепция «Галактики Интернета» М. Кастельса: принципы информационной экономики, логика сетей, цифровое неравенство и политика в эпоху «новых медиа». Развитие идей Торонтской школы: «аппараты культуры» versus «индустрии сознания» у О. Гоулднера. Теория «медиатизации опыта» в эпоху электронных медиа Д. Мейеровича. Критика телевидения и концепция «исчезновения детства» в работах Н. Постмана. Анализ книгопечатной революции и ее последствий в новоевропейской культуре Э. Эйзенштайн.

Тема 3. Культивационная теория Анненбергской школы. Коммуникация - интеракция через сообщение. Телевидение как базовый объект исследования. Главные направления исследований по Дж. Гербнеру: анализ кодов сообщений, анализ поведения аудиторий и изучение медиа-институтов и политики. Программа «Профиль насилия» и ее результаты. Телевидение как функциональный эквивалент мифо-ритуальных институтов прошлого, ориентирующий на поддержание целостности и консенсуса в обществе. Стабильность и закрытость системы телевидения. Гипотеза культивации, понятия культурных индикаторов, мейнстриминга, резонанса, тяжелых/легких зрителей.

Тема 4. Британские «культурные исследования» (BSCS). Господство, культура и медиа в перспективе неомарксизма. Гегемония (А. Грамши), «индустрии культуры» (М. Хоркхаймер, Т. В. Адорно), идеологические аппараты государства (Л. Альтюссер). Влияние идей М. М. Бахтина и семиотики. Массовая коммуникация как процесс кодирования/декодирования в концепции С. Холла. «Семантическая герилья», радикальная версия феномена «активных аудиторий» и варианты декодирования «гегемонистского идеологического кода». «Народ против властного блока». Критика

теории симулякров *Ж. Бодрийяра*. Соотношение кода идеологии и кодов медиа-производителей. Текстцентризм. Механизмы кодирования в телевизионной культуре по *Дж. Фиску*.

Тема 5. Школа медиа-исследований при Университете г. Глазго (Glasgow Media Group). Новостной контент как основной объект исследования GMG. Выявление зависимости между типом контента и продолжительностью информации. Стабильная структура новостных блоков, иерархия значимости информации и «зрительские максимы». Проблема навязывания идеологии через журналистские практики производства контента: рамки нормальности/девиантности, фильтрации (гейткипинга). Отбрасывание информации и укрепление легитимного «статус кво». Модель телевизионного дискурса *В. Морин*: влияние теории речевых актов *Дж. Остина*, перформативный и констатативный подходы к новости.

Тема 6. Социальный конструктивизм и теории медиареальности. Антиэссенциалистская установка конструктивистских подходов. Общественные явления как продукты человеческой практики. Конструирование социальной реальности как ее производство в процессе человеческого взаимодействия. «Прагматический поворот» в гуманитарных науках и его последствия. Социальная феноменология (*А. Шюц, П. Бергер, Т. Лукман*) и ее ресурсы в медиа-исследованиях. Мир повседневности как основа конструирования медиареальности (*Х. Молотч, М. Лестер*). Концепция медиареальности *Д. Элтейда*: конструктивистская реконструкция медиапроизводства понятие медиалогии, формата как аналога естественной установки, «сканирующего времени» телевидения, постжурнализма. Этнометодология и теория фреймов (*Г. Гарфинкель, И. Гофман*): базовые положения. Фрейминг как техника конструирования новостей и как механизм восприятия контента в рамках знакомых контекстов (*Р. Энтман*). Режимы вовлеченности и фреймы телепросмотра (*В. Вахштайн*). Медиареальность в перспективе неофункционализма *Н. Лумана*: две реальности масс-медиа, аутопойезис, двоичный код, программные области, критерии трансформации события в новость. Масс-медиа и социоанализ (*П. Бурдьё, П. Шампань и др.*): поле журналистики, его агенты, капиталы и позиции, принцип двойной зависимости поля, символическая власть, «медиатические интеллектуалы», феномен «быстроумия» (fast-thinking), «несуществующее» общественное мнение и критика технологий опросов.

Тема 7. Теории медиа-эффектов. Общая схема трансформации представлений исследователей об эффектах воздействия масс-медиа на аудиторию. Первоначальные версии атомизированных аудиторий и эффекта «магической пули» (*Г. Лассуэлл*). «Повторное открытие» первичных групп и формирование концепции многоступенчатого потока информации и «лидеров мнений» в рамках структурного функционализма. Теория когнитивного диссонанса *Л. Фестингера* и ее проекция в область медиа-исследований: феномен «упрямой аудитории». Теория информационного дефицита (*Г. Донахью, С. Олиен, П. Тиченор*): «информационные бедняки» и «богачи», понятие «разрывов в знании» и проблематичность феномена «хорошо информированного гражданина» как самостоятельного актора демократической политики. Теория «удовлетворения потребностей» (*Э. Кац*) как структурно-функциональная версия идеи «активных аудиторий»: обоснование зависимости медиа-потребления от потребностей индивидов, а не медиа-производителей. Формирование и развитие теории «повестки дня» (*М. Маккомбс, Д. Шоу*): акцент на когнитивных аспектах медиа-потребления, типы повесток, потребность в ориентации и функция социального конструирования реальности. Теория публичных арен (*Ч. Боск, С. Хилгартен, И. Г. Ясавеев*): конструкционистский подход к социальным проблемам, пропускная способность арен как ключевой ограничитель в мире медиа. Теория «усталости сострадать» (*К. Кинник, Д. Крэгмон, Г. Камерон*): обоснование

механизмов эмоционального выгорания индивидов по отношению к социальным проблемам. Теория «спирали молчания» (*Э. Ноэль-Нойман*): зависимость индивидуальных мнений от представлений о мнениях большинства, феномен «плюралистического незнания», страх изоляции, «сдвиг последней минуты» и присоединение к победителю.

Тема 8. Интернет, виртуальная реальность и «новые медиа»: подходы к осмыслению. Технологическая революция в коммуникациях второй половины XX века и ее последствия. Технократический миллениаризм и интернет-утопизм: «дивный новый мир цифровой Агоры». Концептуальные ресурсы философии техники в осмыслении виртуализации общества. Реальное/виртуальное, феномен иммерсивности. Теория виртуальной реальности *А. Бюля*. Мифология глобальных информационных потоков (*М. Фергюсон*). Интернет как медиум Постмодерна. «Цифровой раскол» и его осмысление: понятия информационной культуры и медиапоколений. «Добровольное рабство юзеров» (*Н. Болъц*). Сетевое общество как гипертекст. Феномен «пустой публичной сферы» и кризис репрезентативных политических институтов. «Индустрии культуры» в эпоху Web.2.0.: концепция экономики символического обмена *А. Долгина*. Концепция менеджмента внимания и «рынков как разговоров».

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1	Картография современных теорий массовых коммуникаций	Устный ответ на вопросы
Тема 2	Медиаэкология и теории технологического детерминизма	Тестирование
Тема 3	Культивационная теория Анненбергской школы	Устный ответ на вопросы
Тема 4	Британские «культурные исследования» (BSCS)	Предоставление доклада в печатном виде; Устное выступление с докладом
Тема 5	Школа медиа-исследований при Университете г. Глазго (Glasgow Media Group)	Устный ответ на вопросы
Тема 6	Социальный конструктивизм и теории медиареальности	Тестирование
Тема 7	Теории медиа-эффектов	Тестирование
Тема 8	Интернет, виртуальная реальность и «новые медиа»: подходы к осмыслению	Предоставление контрольной работы в печатном виде

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме **зачёта** на основе балльно-рейтинговой системы. По итогам в ведомость выставляется оценка по шкале порядка: «незачтено» и «зачтено».

4. Основная литература.

1. Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Г. П. Бакулев. — Электрон. дан. — Москва :

- Аспект Пресс, 2010. — 192 с. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/8836.html>, требуется авторизация (дата обращения : 08.08.2016). – Загл. с экрана.
2. *Киселёв, А. Г.* Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть [Электронный ресурс] : учебник / А. Г. Киселёв. – Электрон. дан. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 431 с. – Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». – Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436719>, требуется авторизация (дата обращения : 08.08.2016). – Загл. с экрана.

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
Факультет политики и международных отношений
Кафедра информатики и математики

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ДИСЦИПЛИНЫ**

**ИНФОРМАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА
СТУДЕНТА**
(ФТД.2)

не устанавливается

краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»
квалификация выпускника: Бакалавр
форма обучения – очная, заочная

Год набора - 2020

Автор–составитель:

Преподаватель И. Г. Воронцова

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Целью изучения дисциплины является формирование у студентов компетенции, необходимых для работы с информацией, в том числе в среде современных информационно-коммуникационных технологий. Формирование готовности использовать данные навыки в учебной, научной и профессиональной деятельности, воспитание информационно-библиографической культуры, познавательных интересов.

2. План курса:

Тема 1. Введение. Общие требования к структуре и правилам оформления письменных работ. Библиографическое описание документов. Библиографические ссылки

Цели и задачи изучения дисциплины «Информационная культура студента», требования к освоению учебного материала. Роль и значение информации в современном обществе. Структура библиотеки Сибирского института управления. Письменная работа студента и ее оформление. Структурные элементы письменной работы. Титульный лист. Содержание письменной работы. Список использованных источников, структура списка. Библиографическое описание источников, определение. Описание документа в целом. Описание составной части документа (аналитическое описание). Области и элементы библиографического описания. Библиографические ссылки виды ссылок. Подстрочные ссылки (сноски).

Тема 2. Основы информационной работы в АИБС MARK-SQL

Главный электронный каталог. База данных статей. Информационные потребности и информационные запросы. Виды поиска. Простой поиск. Расширенный поиск. Фиксированный поиск. Поиск по словарям. Отбор и сортировка документов. Аналитическая работа с подмножеством.

Тема 3. Электронные ресурсы удаленного доступа

Доступ к Библиотеке электронных изданий Сибирского института управления. Web-страница библиотеки. Электронные ресурсы, предоставляемые библиотеке по договору. Порядок работы и регистрация в Научной электронной библиотеке eLIBRARY.RU. Порядок работы и регистрация в электронно-библиотечной системе «Университетская библиотека online». Порядок работы и регистрация в ЭБС «IPRbooks». Порядок работы и регистрация в ЭБС издательства «Лань». Порядок работы и регистрация в ЭБС издательства «Юрайт». Порядок работы и регистрация в Электронной библиотеке диссертаций (РГБ). Образовательные и информационные порталы, система федеральных образовательных порталов. Интернет-ресурсы свободного доступа. Аналитическая работа с отобранными источниками.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1	Введение. Общие требования к структуре и правилам оформления письменных работ. Библиографическое описание документов. Библиографические ссылки	Устный ответ на вопросы
Тема 2	Основы информационной работы в АИБС MARK-SQL	Письменное выполнение заданий
Тема 3	Электронные ресурсы удаленного доступа	Письменное выполнение заданий
	Итоговая контрольная работа по курсу	Письменное выполнение заданий

Промежуточная аттестация проводится в форме устного собеседования по вопросам к зачету и выполнением практических заданий в письменной форме.

4. Основная литература.

1. Блюмин, А. М. Мировые информационные ресурсы : учеб. пособие / А. М. Блюмин, Н. А. Феоктистов. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К, 2015. - 384 с. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/5244>, требуется авторизация. - Загл. с экрана.
2. Бурняшов, Б. А. Применение информационных технологий при написании рефератов и квалификационных работ [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Б. А. Бурняшов. — Электрон. дан. — Саратов : Вузовское образование, 2013. — 97 с. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/12826>, требуется авторизация. - Загл. с экрана.

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра иностранных языков

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ДИСЦИПЛИНЫ
ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК
(английский)
(Б1. Б.1)**

не устанавливается

краткое наименование дисциплины

направление подготовки: 42.03.01: «Реклама и связи с общественностью»

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

формы обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор – составитель:

к.филол.н., доцент кафедры иностранных языков Я.В. Проскура

.

Новосибирск, 2019 г.

1. Цель освоения дисциплины:

Целью дисциплины является сформировать компетенцию УК.ОС. 4 в области иностранного языка.

Дисциплина «Иностранный язык» играет значительную роль в подготовке бакалавров в области рекламы и связей с общественностью.

Курс иностранного языка носит коммуникативно-ориентированный и профессионально направленный характер. Цель курса - приобретение студентами коммуникативной компетенции, уровень которой на отдельных этапах языковой подготовки позволяет использовать иностранный язык практически как в профессиональной (производственной и научной) деятельности, так и для целей самообразования. Под коммуникативной компетенцией понимается умение соотносить языковые средства с конкретными сферами, ситуациями, условиями и задачами общения. Соответственно, языковой материал рассматривается как средство реализации речевого общения, при его отборе осуществляется функционально-коммуникативный подход.

Целостная система подготовки по иностранному языку на разных этапах обучения предполагает, с одной стороны, автономный характер обучения на каждом этапе, а с другой - взаимосвязь всех этапов обучения. При этом достижение целей каждого этапа позволяет пользоваться в той или иной форме иностранным языком и обеспечивает возможность продолжения обучения на следующем этапе.

2. План курса:

Раздел 1. Work and Study

Тема 1.1. Self-Presentation: «О себе» (Self-Presentation), местоимения, глаголы to be, to have, оборот there is/are.

Тема 1.2. Work and Jobs: «Работа и профессии» (Work and Jobs), настоящее простое (Present Simple).

Тема.1.3. Higher Education: «Высшее образование» (Higher Education); настоящее длительное время (Present Continuous).

Раздел 2 Business Communication. State and Society

Тема 2.1. Business Meeting. Telephoning: «Деловая встреча» (Business Meeting), «Разговор по телефону» (Telephoning), способы выражения будущего: конструкция going to be, настоящее длительное время (Present Continuous), будущее простое время (Future Simple).

Тема 2.2. Business Correspondence: «Деловая переписка» (Business Correspondence); модальные глаголы can, could, and would для выражения просьбы, разрешения и высказывания предложения.

Тема 2.3. Countries and Cities. Politics: «Страны и города» (Countries and Cities), «Бюрократический аппарат» (Bureaucracy), «Политическое устройство» (Politics); грамматика – сравнительная степень прилагательных и наречий, условные предложения первого и второго типа.

Раздел 3. What is PR?

Тема 3.1. Definition of PR: «Определение ПР» (Definitions of PR), настоящее совершенное время (Present Perfect), настоящее совершенное длительное время (Present

Perfect Continuous), простое прошедшее время (Past Simple).

Тема 3.2. History of PR: «История ПР» (History of PR), прошедшее длительное время (Past Continuous), прошедшее совершенное время (Past Perfect), модальные глаголы must, have to, should.

Раздел 4. PR as a Profession

Тема 4.1. Necessary qualities of PR Specialist: Необходимые качества ПР специалиста, будущие времена (Future Tenses).

Тема 4.2. Public Relations Specialist in the USA: «ПР специалисты в США», повторение всех времен (Tenses Revision).

Раздел 5. PR Activities. Ethical Issues

Тема 5.1. The PR Department's Activities: «Деятельность ПР Отдела», пассивный залог (Passive Voice).

Тема 5.2. Sponsoring: «Спонсорство», пассивный залог (Passive Voice).

Тема 5.3. Ethics of the PR: «Этика ПР», пассивный залог (Passive Voice).

Раздел 6. Press Relations

Тема 6.1. How to Achieve Good Press Relations: «Как достичь хороших отношений с прессой», повтор времен активного залога.

Тема 6.2. How News Is Gathered: «Как собрать новостной материал», пассивный залог остальных времен (Active and Passive Voices).

Тема 6.3. How News Releases Should Be Written: «Как написать хороший пресс релиз».

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Раздел (тема)		Методы текущего раздела успеваемости
Раздел 1	Work and Study	
Тема 1.1	Self-Presentation	Устное собеседование на заданную тему
Тема 1.2	Work and Jobs	Письменный перевод текста с английского языка на русский
Тема 1.3	Higher Education	Письменное выполнение лексико-грамматического теста
Раздел 2	Business Communication. State and Society	
Тема 2.1	Business Meeting Telephoning	Устное собеседование на заданную тему
Тема 2.2	Business Correspondence	Письменный перевод текста с русского языка на английский
Тема 2.3	Countries and Cities. Politics.	Письменное выполнение лексико-грамматического теста
Раздел 3	What is PR?	
Тема 3.1	Definition of PR	Выступление с презентацией на заданную тему
Тема 3.2	History of PR	Письменное выполнение лексико-грамматического теста
Раздел 4	PR as a Profession	
Тема 4.1	Necessary qualities of PR Specialist	Выступление с презентацией на заданную тему
Тема 4.2	Public Relations Specialist in the USA.	Письменное выполнение лексико-грамматического теста
Раздел 5	PR Activities Ethical Issues	

Тема 5.1	The PR Department's Activities	Выступление с презентацией на заданную тему
Тема 5.2	Sponsoring	Устное собеседование по заданной теме
Тема 5.3	Ethics of the PR	Письменное выполнение лексико-грамматического теста
Раздел 6	Press Relations	
Тема.6.1	How to Achieve Good Press Relations	Письменный перевод текста с английского языка на русский
Тема 6.2	How News Is Gathered	Выступление с презентацией на заданную тему
Тема 6.3	How News Releases Should Be Written	Письменное выполнение лексико-грамматического теста

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета (2, 3 семестр) и экзамена (4 семестр).

4. Основная литература

1. Зайцева, Л. А. Английский язык в рекламе [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Л. А. Зайцева. - 2-е изд., стер. - Электрон. дан. - Москва : Флинта, 2012. - 57 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=103498>, требуется авторизация (дата обращения : 13.07.2016). - Загл. с экрана.

2. Шуваева, А. М. Иностранный язык (английский) : учеб. пособие для студентов очной, заоч. и дистанц. форм обучения по направлениям : 081100.62 - Гос. и муницип. упр. ; 080400.62 - Упр. персоналом ; 030900.62 - Юриспруденция ; 080100.62 - Экономика / А. М. Шуваева, Н. О. Шпак, Е. А. Крутько ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Сиб. ин-т упр. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2014. - 302 с. - То же [Электронный ресурс]. – Доступ из Б-ки электрон. изд. / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа : <http://www.sapanet.ru>, требуется авторизация (дата обращения : 13.07.2016).

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
Факультет Политики и международных отношений
Кафедра иностранных языков

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ДИСЦИПЛИНЫ
ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК 2
(английский)
(Б1.В.ОД.2.)**

направление подготовки: 42.03.01: «Реклама и связи с общественностью»
направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в публичной и
частной сферах»
квалификация выпускника: Бакалавр
форма обучения: очная, заочная

год набора -2020

Автор – составитель:

к.филол.н., доцент кафедры иностранных языков Проскура Я.В.

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Целью дисциплины является сформировать компетенцию УК.ОС. 4 в области иностранного языка (английский).

Дисциплина «Иностранный язык 2» (английский) играет значительную роль в подготовке бакалавров в области рекламы и связей с общественностью.

Курс иностранного языка носит коммуникативно-ориентированный и профессионально направленный характер. Цель курса - приобретение студентами коммуникативной компетенции, уровень которой на отдельных этапах языковой подготовки позволяет использовать иностранный язык практически как в профессиональной (производственной и научной) деятельности, так и для целей самообразования. Под коммуникативной компетенцией понимается умение соотносить языковые средства с конкретными сферами, ситуациями, условиями и задачами общения. Соответственно, языковой материал рассматривается как средство реализации речевого общения, при его отборе осуществляется функционально-коммуникативный подход.

Целостная система подготовки по иностранному языку на разных этапах обучения предполагает, с одной стороны, автономный характер обучения на каждом этапе, а с другой - взаимосвязь всех этапов обучения. При этом достижение целей каждого этапа позволяет пользоваться в той или иной форме иностранным языком и обеспечивает возможность продолжения обучения на следующем этапе.

2. План курса:

Раздел 7. Print Media

Тема 7.1. Newspapers: «Газеты» (Newspapers), придаточные условные предложения (Conditionals).

Тема 7.2. Magazines: «Журналы» (Magazines), придаточные условные предложения (Conditionals).

Раздел 8. Broadcast Media

Тема 8.1. Radio: «Радио» (Radio), грамматика – косвенная речь

Тема 8.2. Television: «Телевидение» (Television), грамматика – косвенная речь

Раздел 9. New Media

Тема 9.1. Websites: «Сайты» (Websites)

Тема 9.2. Writing a blog: «Написание блога» (Writing a blog), грамматика: модальные глаголы

Раздел 10. Advertising

Тема 10.1. Creating a print advert: «Создание печатной рекламы» (Creating a print advert)

Тема 10.2. Creating a screen advert: «Создание ТВ рекламы» (Creating a screen advert), «Презентация готового рекламного объявления» (Presenting a finished advert); грамматика – повторение всех изученных.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Раздел (тема)		Методы текущего раздела успеваемости
Раздел 7	Print Media	
Тема 7.1	Newspapers	Устное собеседование по заданной теме
Тема 7.2	Magazines	Письменное выполнение лексико-

		грамматического теста
Раздел 8	Broadcast Media	
Тема 8.1	Radio Telephoning.	Выступление с презентацией на заданную тему
Тема 8.2	Television Correspondence.	Письменное выполнение лексико-грамматического теста
Раздел 9	New Media	
Тема 9.1	Websites	Написание эссе по заданной теме
Тема 9.2	Writing a blog	Письменное выполнение лексико-грамматического теста
Раздел 10	Advertising	
Тема 10.1	Creating a print advert	Написание эссе по заданной теме
Тема 10.2	Creating a screen advert	Письменное выполнение лексико-грамматического теста

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета (5 семестр) и экзамена (6 семестр).

4. Основная литература

1. Зайцева, Л. А. Английский язык в рекламе [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Л. А. Зайцева. - 2-е изд., стер. - Электрон. дан. - Москва : Флинта, 2012. - 57 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=103498>, требуется авторизация (дата обращения : 13.07.2016). - Загл. с экрана.

2. Шуваева, А. М. Иностранный язык (английский) : учеб. пособие для студентов очной, заоч. и дистанц. форм обучения по направлениям : 081100.62 - Гос. и муницип. упр. ; 080400.62 - Упр. персоналом ; 030900.62 - Юриспруденция ; 080100.62 - Экономика / А. М. Шуваева, Н. О. Шпак, Е. А. Крутько ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Сиб. ин-т упр. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2014. - 302 с. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Б-ки электрон. изд. / Сиб. ин-т упр. - филиал РАНХиГС. - Режим доступа : <http://www.sapanet.ru>, требуется авторизация (дата обращения : 13.07.2016).

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
Факультет политики и международных отношений
Кафедра международных отношений и гуманитарного сотрудничества

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ФИЛОСОФИЯ

(Б1.Б3)

не устанавливается

краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор–составитель:

к.филос.н., доцент О.А. Береговая

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

УК ОС-1 - Способность применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции.

2. План курса:

Раздел 1. Природа философского знания

Тема 1.1. Возникновение философии. От мифа к Логосу

Особенности мифологического мировоззрения. Возникновение философии в контексте общей интеллектуальной деятельности: поэзия, научные знания, полисная организация. Возникновение философии как сомнение во всем традиционно-мифологическом. Оправдание философии как нового типа мышления, особого способа описания и объяснения мира через религию. Античные философы о Боге.

Тема 1.2. Специфика философского знания

Универсальность философского знания. Философия занимается «первыми причинами и началами» (Аристотель). Рефлексивная природа человеческого сознания. Рефлексивность философского знания. Философия как знание о знании, как рефлексия над основаниями культуры. Экзистенциальность философского знания. Аксиологический характер философского знания, его направленность на выяснение смысла жизни. Философское знание как знание не только о сущем, но и о должном. Критический характер философского знания.

Тема 1.3. Предмет философии и ее функции

Предмет философии, специфика философского знания. Функции философии: мировоззренческая, критическая, прогностическая, аксиологическая, методологическая. Основные разделы философского знания. Соотношение философии, науки, искусства, религии. Мировоззрение. Соотношение философии и мифа, мифа и религии. Значение мифа в становлении философии. Проблемное поле философии.

Раздел 2. История философии

Тема 2.1. Ранняя, средняя и высокая греческая классика

Космологизм ранней греческой философии, стремление понять сущность природы, космоса, мира в целом. Решение проблемы единого и многого, отсутствие постановки основного вопроса о противопоставлении природы и духа. Проблема первоначала в милетской школе. Учение Гераклита о противоположностях и становлении. Элейская школа философии: Ксенофан, Парменид, Зенон, Мелисс. Апоории Зенона и их смысл. Атомизм Демокрита. Философия Платона (учение об идеях, учение о душе, представления об идеальном государстве). Соотношение онтологических, гносеологических, социальных аспектов. «Теория припоминания» Платона.

Соотношение материи и формы в философии Аристотеля. Виды причинности (материальная, формальная, активная, целевая).

Тема 2.2. Философия эллинизма и римского периодов

Эллинистический этап развития, представляемый различными школами и направлениями (стоики, скептики, эпикурейцы, неоплатоники), были поставлены этические и моральные вопросы.

Тема 2.3. Философия европейского средневековья

Исторические условия средневековой философии. Средневековая философия делится на два больших этапа: патристика и схоластика. Патристика (II-VII вв.). Августин Блаженный и Фома Аквинский. Полемика между номиналистами и реалистами. Спор об универсалиях (А.Кентерберийский, П.Абеляр). Теория двойственности истины (концепция двух истин Ф. Аквинского). У.Оккам ("бритва Оккама"). Проблемы соотношения души и тела, свободы воли, разума и веры, философии и религии. Проблема универсалий в средневековой философии. Фома Аквинский - основатель томизма. Фома Аквинский как представитель позднего средневековья. Учение об эссенции и экзистенции. Доказательства бытия Бога в философской системе Ф. Аквинского.

Тема 2.4. Философия эпохи Возрождения

Исторические условия эпохи Возрождения. От теоцентризма через божественную сущность человека к идеалу человека-творца. Антропоцентризм. Итальянский гуманизм. Гуманизм эпохи Возрождения и проблема уникальной личности. Апофеоз искусства и культ художника-творца. Антропоцентризм. Реформация. Эразм Роттердамский. Мишель Монтень. Философия природы (натурфилософия). Николай Кузанский. Учение Н. Кузанского о совпадении противоположностей. Пантеизм как специфическая черта натурфилософии Возрождения. Бесконечная Вселенная Н. Коперника. Гелиоцентризм. Философские взгляды Дж. Бруно. Галилео Галилей. Появление социальных учений. Утопический социализм.

Тема 2.5. Философия Нового времени и эпохи Просвещения

Новое время - эпоха социальной активности, научной и промышленной революций, просвещения. Проблема метода, формирование идеала, норм и ценностей научного знания, сближение философии и конкретных наук в Новое время. Эмпиризм и рационализм - два подхода к решению назревших познавательно-методологических проблем. И.Ньютон. Методология Фр.Бекона. Правила метода и проблема существования в философии Р.Декарта. Номинализм и реализм Т.Гоббса. Основные идеи и "Этика" Б.Спинозы. Теория познания Дж.Локка. Основные идеи Лейбница. Монадология. Проблема существования в философии Беркли. Д.Юм о процессе познания. Философия Просвещения. Основные принципы Просвещения. Энциклопедисты Д.Дидро, Д.Аламбер. Механистический материализм. Ламетри, Гольбах.

Тема 2.6. Немецкая классическая философия

Обращение к представителям немецкой классической философии: Канту, Фихте, Шеллингу, Гегелю. Социально-историческая и философская

ситуация. Критическая философия И. Канта. Философия Г. В. Ф. Гегеля. Абсолютный идеализм Гегеля. Законы диалектики Гегеля. И. Фихте. Ф. Шеллинг. Л. Фейербах. Философия марксизма. Философия и практика. Основные положения материалистического понимания истории.

Тема 2.7. Постклассическая философия XIX - начала XX вв.

Позитивизм. «Первый позитивизм». Социокультурные предпосылки возникновения позитивизма. Программа «позитивной» философии О. Конта. Философия и наука. Предмет философии. Классификация наук. «Второй позитивизм», эмпириокритицизм. Феноменалистская теория познания. Иррационализм и философия жизни. Критика классической философии. Экзистенциальная философия С. Кьеркегора, А. Шопенгауэра. Мир как воля и представление. Метафизика морали. Философский пессимизм. Философия Ф. Ницше. Критика классического рационализма. Проблема предназначения человека. Идея сверхчеловека. Ницше о «смерти» Бога.

Тема 2.8. Русская философия XIX – XX вв.

Основные этапы развития русской философии. Особенности русской философии XIX-XX вв. Славянофилы. Киреевский, Хомяков. Западники. Чаадаев. Станкевич. Белинский. Герцен. Русские материалисты 60-х гг. Нигилизм. Бакунин. Чернышевский. Писарев. Предшественники В. Соловьева. Вл. Соловьев. Жизнь и взгляды. Метафизика всеединства В. Соловьева. Изменения в умонастроениях русской интеллигенции в начале XX в. Философия Русского Зарубежья. Русский религиозно-философский ренессанс. Русская идея. Бердяев. Жизнь и творчество. Флоренский. Булгаков. Лосский. Шестов. В. Розанов. Русский космизм (Н. Федоров, В. Вернадский, К. Циолковский, Н. Чижевский). Характерные черты русской философии. «Серебряный век» русской культуры и расцвет русской философии. Характерные черты русской философии: внимание к целостности мира, его положительному всеединству; этический персонализм, соборность, интуитивность и праведность, ориентация на смысложизненные проблемы.

Тема 2.9. Современная западная философия

Сциентизм и антисциентизм. Морфология культуры и основные идеи философии истории О. Шпенглера. Экзистенциализм: светский (М. Хайдеггер, Ж.-П. Сартр, А. Камю) и религиозный (К. Ясперс). Современная западная философия: главные проблемы и тенденции. Американский прагматизм: Ч. Пирс, У. Джеймс, Д. Дьюи. Феноменология. Философская герменевтика. Интерпретация Хайдеггером понимания как языковой интерпретации. Постмодернизм и постмодернистское мышление.

Раздел 3. Онтология. Теория познания. Философия науки.

Тема 3.1. Онтология

Онтология — учение о бытии. Основные формы бытия. Бытие мира и бытие человека. Проблема субстанции. Монизм, дуализм, плюрализм. Религиозно-идеалистическое понимание субстанции. Исторические этапы развития представлений о материи (античность, средневековье, Новое время).

Понятия «пространство», «движение», «время», «субстанция». Классификация форм движения. Пространство и время как всеобщие формы существования мира. Абсолютность и относительность пространства и времени. Понятие «сознание», значение практики в познании.

Тема 3.2. Теория познания

Основные проблемы теории познания (гносеологии) следующие: Что есть знание? Как оно возможно? Каковы пути получения знания? Что есть истина и каковы ее критерии?

Взаимодействие чувственного опыта и рационального мышления. Научные и ненаучные типы мышления, их взаимодействие. Развитие взглядов на природу истины (оптимизм, скептицизм, агностицизм). Главный критерий истины – практика. В истине есть субъективная и объективная стороны. Абсолютная и относительная истина.

Тема 3.3. Философия науки

Сознательное и бессознательное в научном творчестве. Этапы творческого процесса познания. Эвристика. Применение общих методов научного поиска в конкретных науках. Философское осмысление некоторых проблем естествознания. Сциентизм и антисциентизм. Антигуманистические тенденции развития науки. Научное и вненаучное знание. Критерии научности. Структура научного познания, его методы и формы. Рост научного знания. Научные революции и смены типов рациональности. Наука и техника.

Раздел 4. Социальная философия. Философская антропология

Тема 4.1. Специфика социально-философского знания. Социальная организация общества

Философские концепции общества. Социальная философия исследует объективные законы и тенденции развития общества. Ценностная сторона социального познания. Задача социальной философии выявление сущности и закономерностей развития социальной жизни.

Социальная жизнь общества как совместное бытие людей. Оно включает материальные и духовные явления общественной жизни в их взаимодействии. Социальное действие – всегда результат взаимодействия многих общественных факторов.

Тема 4.2. Философская антропология.

Проблема антропогенеза в философии, соотношение социального и биологического в человеке, мораль и религия. Человек как существо биосоциальное. Генезис антропологических концепций. Космоцентрический вариант антропологии (Тейяр де Шарден, Н.Ф. Фёдоров, В.И. Вернадский). Марксистская версия генезиса человека (соотношение антропологического и социального). Фрейдизм и неопрейдизм (франкфуртская школа философии). Социологизаторские и биологизаторские концепции человека.

Исторический характер взаимоотношения личности и общества. Человек как творец общества. Смысл человеческого бытия. Насилие и ненасилие. Свобода и ответственность. Диалектика исторической необходимости и

свободы личности как критерий общественного прогресса. Возрастание свободы личности как критерий общественного прогресса. Проблема прав личности, ее ответственности. Деиндивидуализация личности. Личность как субъект исторического действия. Роль исторических личностей.

Тема 4.3. Проблема общественного прогресса в социальной философии.

Формационная и цивилизационная концепции общественного развития. Цивилизационные концепции Н.Я. Данилевского, О. Шпенглера, Л.Н. Гумилева. Глобальные проблемы современности.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1.Природа философского знания		
Тема1.1.	Возникновение философии. От мифа к Логосу	Работа в группе по выполнению задания преподавателя заданного в устной форме (Участие в дискуссии, устные ответы на вопросы, комментарии)
Тема 1.2.	Специфика философского знания	
Тема 1.3.	Предмет философии и ее функции	
Раздел 2История философии		
Тема 2.1.	Ранняя, средняя и высокая греческая классика	Устный ответ на вопросы
Тема 2.2.	Философия эллинизма и римского периодов	
Тема 2.3.	Философия европейского средневековья	Работа в группе по выполнению задания преподавателя заданного в устной форме (Участие в дискуссии, устные ответы на вопросы, комментарии)
Тема 2.4.	Философия эпохи Возрождения	
Тема 2.5.	Философия Нового времени и эпохи Просвещения	
Тема 2.6.	Немецкая классическая философия	Предоставление доклада в устном виде (выступление с презентацией)
Тема 2.7.	Постклассическая философия XIX-начала XX вв.	
Тема 2.8.	Русская философия XIX– XX вв.	
Тема 2.9.	Современная западная философия	Устный ответ на вопросы
Раздел 3. Онтология. Теория познания. Философия науки.		
Тема 3.1.	Онтология	Тестирование
Тема 3.2.	Теория познания	
Тема 3.3.	Философия науки	
Раздел 4. Социальная философия. Философская антропология		
Тема 4.1.	Специфика социально-философского знания. Социальная организация общества	Предоставление доклада в устном виде (выступление с презентацией)

Тема 4.2.	Философская антропология.	Написание эссе с предоставлением в электронном виде
Тема 4.3.	Проблема общественного прогресса в социальной философии.	Выполнение контрольной работы с предоставлением в электронном виде

Форма промежуточной аттестации: **зачет**.

4. Основная литература

1. Антипов, Г. А. Философия : учеб. пособие для студентов всех форм обучения / Г. А. Антипов ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Сиб. ин-т упр. - 2-е изд., доп. и перераб. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2014. - 219 с. – То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. - Режим доступа : <http://www.sapanet.ru>, требуется авторизация. - Загл. с экрана.
2. Балашов, Л. Е. Философия [Электронный ресурс] : учебник / Л. Е. Балашов. - 4-е изд., испр. и доп. - Электрон. дан. - Москва : Дашков и Ко, 2015. - 612 с. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/52306>, требуется авторизация. - Загл. с экрана.

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра международных отношений и гуманитарного сотрудничества

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ДИСЦИПЛИНЫ**

ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ИСТОРИЯ

(Б1. Б.4)

не устанавливается

краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор– составитель:

д.и.н., профессор В.В. Демидов

Новосибирск, 2019 г.

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенции в области рекламы и связи с общественностью:

УК ОС – 1. Способность принимать критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции.

УК ОС – 1.1, УК ОС – 1.2, УК ОС – 1.3,

2. План курса:

Содержание дисциплины

Предмет, задачи курса «Отечественная история»

Специфика, функции, строение исторического знания и исторической науки. Основные виды теорий исторического развития. Концепции исторического процесса. Понятие исторического времени. Исторический источник. Виды исторических источников. Исторический факт. Интерпретация исторических фактов. Развитие исторической науки в России. Основные исторические школы. Наиболее значительные труды по истории России с древнейших времен до наших дней.

Раздел 1. История России с древнейших времен до XIX в.

Тема 1.1 Народы и древнейшие государства на территории России

Основные типы цивилизации в древности. Неолитическая революция и ее роль в развитии человеческого общества. Древневосточная цивилизация. Античное общество. Европейское средневековье. История России – неотъемлемая часть всемирной истории.

Древнейшие следы первобытного человека на территории Восточноевропейской равнины. Первые государственные образования на территории Восточной Европы. Великое переселение народов и его влияние на развитие региона. Восточные славяне в древности: расселение, хозяйство, культура. Проблема этногенеза восточных славян.

Тема 1.2. Образование и развитие Древнерусского государства

Предпосылки образования государства у восточных славян.

Готская, норманнская и славянская теории о происхождении государства у восточных славян. Летопись о призвании варягов на Русь.

Образование Древнерусского государства с центром в Киеве. Основные этапы становления государственности. Первые киевские князья. Политическая организация Древнерусского государства. Внутренняя политика, ее основные задачи. Особенности социального строя Древней Руси. Социальная структура населения. Формы социально-экономической зависимости.

Этнокультурные и социально-политические процессы становления русской государственности.

Внешняя политика Киевского государства: основные задачи и направления. Древняя Русь и кочевники. Византийско-древнерусские связи.

Идеологическое оформление Древнерусского государства. Принятие христианства и его значение для развития Древнерусского государства.

1. 3. Русь в XI–XIII вв. Политическая раздробленность Руси и борьба против иноземцев

Социально-экономическое развитие русских земель после принятия христианства. Борьба князей за киевский стол. Ярослав Мудрый. «Русская Правда» как исторический источник. Ярославичи. Владимир Мономах и его «Поучение». Мстислав Великий. Эволюция восточнославянской государственности в XI–XII вв. Междоусобная борьба и распад Древнерусского единого государства. Перенесение великокняжеского стола во Владимир-на-Клязьме (1169 г.). Развитие крупнейших феодальных центров: Южная Русь, Юго-Западная Русь, Северо-восточная Русь, Новгородская республика.

Взаимоотношения со степняками. Появление Монгольского государства. Походы монголов на Запад. Битва на реке Калке (1223 г.). Походы Батые и завоевание русских земель. Самоотверженная борьба русского народа против нашествия.

Агрессия с Запада. Александр Невский – полководец и политический деятель. Борьба со шведами и немецкими рыцарями, с поляками и венграми. Взаимоотношения с Золотой Ордой. Распространение ислама.

Тема 1.4. Образование Русского централизованного государства

Социально-политические изменения в русских землях в XIII–XV вв. Преодоление монголо-татарского разорения. Стабилизация и медленный подъем экономики в начале XIV в. Специфика формирования единого российского государства.

Политическая система северо-восточной Руси и начало усиления Московского княжества. Факторы возвышения Москвы: географический, экономический, социально-демографический и др. Активная политика московских князей по собиранию земель около Москвы. Борьба с Тверью за великокняжеский "стол".

Политика Дмитрия Донского по отношению к Золотой Орде. Борьба против ордынской зависимости.

Московское княжество при преемниках Дмитрия Донского. Феодальная война (1425-1446 гг.): причины, участники, результаты.

Образование централизованного русского государства. Завершение главных объединительных процессов. Поход на Великий Новгород и ликвидация его независимости (1478 г.). Распад Золотой Орды и конец ордынского ига (1480 г.). Борьба с Казанским княжеством и набегами крымских татар. Укрепление южной границы.

Усиление великокняжеской власти при Иване III (1462-1505 гг.). Формирование идеологии самодержавия. Судебник Ивана III (1497 г.). Атрибуты великокняжеской власти.

Россия и средневековые государства Европы и Азии.

Тема 1.5. Российское государство в XVI в.

Социально-экономическое развитие России в XVI в. Формирование сословной системы организации общества. Усиление феодальной зависимости крестьянства. Формы эксплуатации. Развитие городов, ремесла и торговли.

Василий III (1505–1533). Попытки реформ при Елене Глинской: финансовая и губная реформы. Боярское правление. Роль Боярской думы.

Венчание на царство Ивана IV (1547 г.). Избранная Рада. Судебник 1550 г. "Стоглав" (1551г.). Местничество. Военная реформа. Служба по отечеству и по прибору. Организация стрелецкого войска. Податное обложение. Губная реформа 1555 г. Значение реформ Ивана IV для централизации государства.

Разногласия с боярами. Введение опричнины (1565 г.). Сущность опричнины, ее

значение и оценки этого явления в нашей исторической литературе.

Внешняя политика России в XVI в. Борьба с Литвой и Польшей. Борьба с Казанью. Колонизация Поволжья. Присоединение Сибири к России. Ливонская война (1558–1583). Борьба с Крымским ханством.

Тема 1.6. Россия в XVII в.: кризисы власти и становление российского абсолютизма

Место России в цивилизованном мире в конце XVI в. Предпосылки и причины смуты в России. Конец династии Рюриковичей. Правление Бориса Годунова (1598-1605 гг.). Обострение социальных противоречий. Борьба за власть. Социальный разлад в российском обществе. Периодизация смуты. Интересы участников смуты. Появление самозванца. Вмешательство Речи Посполитой в дела России. Поход Лжедмитрия I на Москву (1604 г.). Смерть Бориса Годунова (1605 г.). Роль В.И. Шуйского. Деятельность Лжедмитрия I в Москве. Восстание в Москве и убийство самозванца (1606 г.).

Избрание В.Шуйского на царство. Появление Лжедмитрия II и его поход на Москву. Тушинский лагерь и тушинские "перелеты". "Семибоярщина" и призвание на русский престол польского королевича Владислава. Вмешательство шведов. Оккупация русских городов. Национально-патриотический подъем. Роль православной церкви. Первое земское ополчение: социальный состав, руководители, причины неудач. Создание второго ополчения (1611 г). Роль К.Минина и Дм.Пожарского. Освобождение Москвы (1612 г). Созыв Земского собора (1613 г.): социальный состав, цели и задачи, политическая борьба. Избрание Михаила Федоровича Романова на царство. Особенности деятельности этого Собора.

Правление первых Романовых. Роль Филарета в укреплении государства. Стабилизация общества и управления. Окончательное закрепощение крестьян. «Соборное Уложение» 1649 г. Эволюция форм собственности на землю. Структура феодального землевладения. Развитие крепостного права в России.

Предпосылки и особенности складывания российского абсолютизма. Самодержавие и церковь. Дискуссии о генезисе самодержавия.

Влияние реформ Никона на развитие религиозных разногласий в стране. Церковный раскол: его сущность и значение.

Обострение классовой борьбы (медные бунты, восстание Степана Разина).

Правительственные кризисы конца XVII в. Правление Федора Алексеевича. Роль Софьи в государственных делах. Взаимоотношения Нарышкиных и Милославских.

Внешняя политика России. Воссоединение с Украиной. Расширение территории. Обострение взаимоотношений с Турцией. Походы В. Голицына.

Тема 1.7. Модернизация страны: реформы Петра Великого и создание империи в XVIII веке

Предпосылки и историческая необходимость модернизации в России. Сущность модернизации в Европе и ее особенности в России.

Начало преобразовательной деятельности Петра I. Первые реформы. Социальная база сторонников и противников реформ. Закон 1714 г. о единонаследии.

Особенности становления индустриального общества в России. Мануфактурно-промышленное производство. Государственное вмешательство в экономику. Наемный и крепостной труд в промышленности. Нововведения в сельском хозяйстве. Защита торговли. Податная реформа. Военная реформа. Реформы центрального, местного и церковного управления. Чиновная бюрократия. Институт фискалов. Создание прокуратуры. Методы проведения реформ. Эффективность и социальная цена реформ. Влияние реформ на быт и нравы народа.

Изменения в социальной структуре. Положение крестьянства, городского люда,

купечества, дворянства. Дальнейшее развитие абсолютизма. Провозглашение России империей (1721 г.). Закон о престолонаследии (1722 г.).

Внешняя политика Петра I. Азовские походы. Великое посольство в Европу. Северная война (1700–1721). Персидские походы. Отношения с Китаем.

Место России в системе европейских государств к 1725 году.

Оценка личности Петра I, его реформ и внешнеполитической деятельности в исторической литературе.

Тема 1.8. Россия после Петра Великого. Эпоха дворцовых переворотов

Россия при преемниках Петра Великого. Борьба за власть. Дворцовые перевороты и их причины. Роль гвардии и ее влияние при дворе. Попытки ограничения самодержавия.

Возведение на престол Екатерины I (1725–1727). Создание Верховного Тайного Совета (1726). Роль ВТС в государственном управлении Российской империи.

Петр II (1727–1730). Борьба за влияние на императора. Ссылка А.Д. Меншикова и возвышение Долгоруких. Смерть императора и борьба за престол.

Анна Иоанновна (1730–1740). Кондиции. Роспуск Верховного Тайного Совета. Создание Кабинета министров. Бирон и «бироновщина». Смерть Анны Иоанновны и назначение Э. Бирона правителем России. Свержение Бирона.

Иван Антонович и Анна Леопольдовна (1740–1741 гг.). Немецкое засилье в государственном управлении.

Дворцовый переворот и воцарение Елизаветы Петровны (1741 г.). Отмена смертной казни, пыток и истязаний. Отмена внутренних таможен. Расширение привилегий дворянства. Восстановление роли Сената. Создание Московского университета (1755 г.). Участие России в Семилетней войне. Создание «Конференции при Высочайшем дворе».

Петр III (1761–1762 гг.). Указ о вольности дворянской (1762 г.). Указ о веротерпимости (1762 г.). Указ о секуляризации церковных земель (1762 г.). Особенности внешней политики Петра Федоровича. Подражание Фридриху Великому и поддержка прусских внешнеполитических интересов.

Оценка личности Петра III в современной исторической литературе.

Тема 1.9. Золотой век российского дворянства: правление Екатерины Великой

Дворцовый переворот в России в 1762 г. и воцарение Екатерины II.

Политика просвещенного абсолютизма в России. Усиление французского влияния. "Наказ" Екатерины II. Секуляризация церковных земель (1764 г.). Уложенная комиссия (1767-1768 гг.): состав, результаты работы. Реформа органов центрального и местного управления. Упразднение автономий Прибалтики, Украины, Дона.

Крестьянская война под руководством Емельяна Пугачева (1773–1775 гг.). Усиление крепостничества. Расцвет привилегий дворянства. Жалованная грамота дворянству (1785 г.). Жалованная грамота городам (1785 г.).

Внешняя политика Екатерины Великой. Отношения с Германией. Разделы Речи Посполитой. Борьба с Турцией. Захват и присоединение Крыма (1783 г.). Утверждение России в Северном Причерноморье. Создание черноморского флота. Роль и влияние Российской империи в Европе.

Влияние Великой французской буржуазной революции на российское общество и власть.

Особенности внутренней и внешней политики России при Павле I (1796-1801 гг.). Попытки преобразований. Удельное ведомство. Заговор 12 марта 1801 г. и убийство императора. Оценка личности императора Павла I в современной исторической литературе.

Культура России в XVIII в.: влияние Запада, смена культурных стереотипов.

Разрыв между культурой "верхов" и "низов". Развитие просвещения.

Раздел 2. История России XIX - нач. XXI вв.

Тема 2.1 Российская империя в первой половине XIX в.

Социально-экономическое развитие Российской империи в 1-й четверти XIX в. Попытки новой модернизации.

Либерализация политического режима в первые годы царствования Александра I. Проекты решения крестьянского вопроса. Программы преобразований самодержавного строя Н.Н. Новосильцева, А.А. Аракчеева, Д.А. Гурьева, П.А. Вяземского, Н.И. Тургенева. Отказ Александра I от проведения реформ.

Внешняя политика Александра I. Отношения с Англией и Францией. Тильзитский мир (1807 г.). Участие России в коалициях. Отечественная война 1812 г. и ее значение для идейного развития российского общества. Венский конгресс. Роль России в "Священном союзе".

Общественные отношения и политика Александра I после Отечественной войны. А.А. Аракчеев и аракчеевщина. Роль и значение военных поселений. Проекты преобразований в стране.

Традиции Просвещения и общественная мысль России. Столкновение царизма с организованной политической оппозицией. Движение декабристов. Восстание 14 декабря 1825 г. Его результаты и последствия.

Внутренняя политика Николая I. Реорганизация системы управления государством. Укрепление режима личной власти. «Собственная Его Императорского Величества канцелярия». Создание III отделения. Особый корпус жандармов.

Секретные комитеты и проекты постепенного освобождения помещичьих крестьян. Реформа государственной деревни. Законодательство по крестьянскому вопросу. Финансовая реформа.

Завершение кодификации законодательства М.М. Сперанским.

Революции 1848 г. в Европе и вмешательство России в европейские дела. Апогей самодержавия.

Общественные движения в России в конце 20-х - середине 50-х гг. XIX в. Преодоление идейного кризиса после поражения декабристов. Славянофилы и западники. Споры о пути развития России. Теория "официальной народности".

Внешняя политика Николая I. Война на Кавказе: причины, ход, результаты. Восточная (Крымская) война (1853–1856 гг.). Поражение николаевской системы. Ослабление позиций и авторитета России в Европе.

Тема 2.2. Модернизационные процессы в российском обществе во 2-й половине XIX в.

Правление Александра II (1855–1881 гг.). Экономическое и социально-политическое положение в стране. Социально-политические предпосылки и социальная база модернизации России. Особенности реформирования страны. "Гласность" как метод либерализации общества.

Организационная подготовка реформ. Секретный комитет. Главный комитет. Редакционные комиссии. Отмена крепостного состояния крестьян: сроки, этапы реформы. Устройство сельского общества. Реформа 1861 г. - компромисс противоположных интересов государства, частных землевладельцев и крестьян.

Земская, судебная, университетская, школьная, цензурная реформы.

Преобразования в армии. Системный подход к модернизации страны и его результаты.

Внешняя политика Российской империи конца 50-х - 80-х гг. Борьба за отмену условий Парижского мира и выход из внешнеполитической изоляции. Русско-турецкая война 1877-1878 гг. Союз трех императоров и его продолжение в 1881 г. Завершение покорения Кавказа. Завоевание Средней Азии. Дальневосточная политика России. Айгунский и Пекинский договоры с Китаем. Продажа Аляски (1867 г.).

Политический кризис на рубеже 70-80-х гг. Борьба с революционным движением. Убийство Александра II народолюбцами (1881 г.).

Воцарение Александра III. Внутренняя политика правительства в 80-х - 90-х гг. Контрреформы в сфере суда, образования и печати. Изменения в области земского управления. Политическая реакция и социальная политика. Отмена подушной подати. Фабричное законодательство.

Начало царствования Николая II. Проблема модернизации страны. Социально-экономическое развитие страны в 90-е гг. Появление монополий. Развитие промышленности, рынка, предпринимательства. Формирование российской буржуазии. Кооперативное движение. Общественная благотворительность и меценатство.

Место России на мировом рынке к началу XX в. Источники социально-экономических и политических противоречий. Незавершенность модернизации и ее перспективы.

Русско-японская война и ее влияние на дальнейшее развитие страны.

Русская культура XIX в. и её вклад в мировую культуру.

Тема 2.3. Революционное и либеральное движение во 2-ой половине XIX–начале XX вв.

Обострение общественной борьбы в связи с буржуазными реформами в стране. Крестьянские движения накануне и после отмены крепостного права.

А.И. Герцен и «теория русского социализма». Революционность и либерализм. Либеральное движение.

«Современник» и Н.Г. Чернышевский. «Что делать?» Студенческое движение.

Славянофильство. Почвенничество. «Нигилизм».

Формирование идеологии народничества. Революционные организации 70-х гг. XIX в. «Народная воля» и «Черный передел». Начало рабочего движения в России. Народничество в рабочем движении.

Первые марксисты и марксистские организации в России. Г.В. Плеханов. Организация «Освобождение труда» и ее роль в рабочем движении России.

Формирование РСДРП: социальный состав, тактика, печатные органы, источники финансирования. Первый и второй съезды РСДРП. Принятие программы и устава. Раскол на большевиков и меньшевиков. Роль В.И. Ленина в рабочем и социал-демократическом движении. Идея «гегемонии пролетариата» в освободительном движении.

Тема 2.4. Россия в условиях военно-революционного кризиса

Роль XX столетия в мировой истории. Глобализация общественных процессов. Мировой экономический кризис начала XX в., его социально-политические последствия. Социальная трансформация общества. Столкновение тенденций интернационализма и национализма, интеграции и сепаратизма, демократии и авторитаризма.

Социально-экономическое развитие России в начале XX в. Объективная потребность индустриальной модернизации России. Российские реформы в контексте общемирового развития в начале века.

Крестьянский, рабочий и национальный вопросы в России. Обострение противоречий в результате поражения в русско-японской войне.

Первая российская революция. Манифест 17 октября 1905 г. Становление многопартийности: генезис, классификация, программы, тактика политических партий в России.

Государственная Дума в системе государственной власти: ее состав, особенности деятельности.

Реформы П.А. Столыпина и их значение для развития экономики России.

Внутренняя политика правительства в 1908-1913 гг. Причины обострения социальных противоречий к началу войны и попытки их разрешения.

Первая мировая война как проявление кризиса цивилизации XX века. Россия в условиях мировой войны и общенационального кризиса. Нарастание продовольственного и топливного кризиса.

Отношение к войне различных политических партий и социальных слоев. Колебания в верхних эшелонах власти. Распутинщина. Начало февральской революции. Миссия М.В. Родзянко и В.В. Шульгина. Отречение Николая II от престола (2.03.1917 г.) и крушение российской монархии. Временный комитет Государственной Думы. Петроградский Совет и Временное правительство. Двоевластие: его сущность и значение.

Социально-экономические и политические проблемы революции. Причины нарастания политического и экономического кризиса. Создание коалиционного правительства. «Корниловщина» и её разгром. Демократическое совещание. Предпарламент.

Рост общественного недовольства политикой Временного правительства и его использование большевиками. Идея "мировой революции".

Действия Временного правительства осенью 1917 г. Причины его бессилия и свержения.

Оценка Февральской буржуазной революции и деятельности временных правительств в современной историографии.

Тема 2.5. Приход к власти большевиков и образование Советской республики

Социально-экономическое развитие страны к осени 1917 г. Политические партии и их лидеры в 1917 г. Социальная база большевиков и проблема «социалистического выбора». Деятельность Военно-революционного комитета и захват власти большевиками.

II Всероссийский съезд Советов: декреты съезда. Первый политический кризис в большевистском правительстве и его преодоление.

Внутренняя и внешняя политика "временного рабочего и крестьянского правительства" с ноября 1917 г. по апрель 1918 г. Выборы в Учредительное собрание и методы его устранения. Общенациональные и классовые интересы в политике большевиков. Начало установления монополии на власть. Формирование однопартийного политического режима.

"Декрет о мире" и внешняя политика большевиков. Перспективы "мировой революции" и тактика Советского правительства. Брестский мир.

Причины гражданской войны. Мятеж белочехов. Сущность «Белого» движения. Внутренняя и внешняя политика белогвардейских правительств. Интервенция иностранных государств.

Демократическая альтернатива. «Комуч». Директория. «Зеленые». Н.И. Махно. Казачество в период гражданской войны. Исход гражданской войны в России, ее жертвы и последствия. Причины победы большевиков в оценке современной историографии.

Российская эмиграция и ее отношение к событиям в Советской России.

Политика "военного коммунизма": утопия и реальность. Тактика правительства большевиков по отношению к крестьянству: от комбедов до "союза с середняком". Кризис политики "военного коммунизма" к началу 1921 г.

Тема 2.6. Поиск путей общественного развития в 20-30-е гг.

НЭП: "временное отступление". Поворот к рыночным, товарно-денежным отношениям при сохранении политической диктатуры РКП (б).

Политический режим к началу 30-х гг.: "технология" власти. Политические процессы конца 20-х - начала 30-х гг. Фальсификация истории в системе пропаганды сталинизма ("марксизм-ленинизм").

Провозглашение и образование СССР (декабрь 1922 г.).

Конец НЭПа и политика "построения социализма в одной стране".

Обострение противоречий между рыночной, многоукладной экономикой и политическим режимом к концу 20-х гг. "Социалистическая индустриализация".

Сталинская "революция сверху" в деревне. Ликвидация крестьянской собственности, рыночных отношений. Социальная цена "победы колхозного строя".

Социально-политический режим к концу 30-х гг. Усиление режима личной власти Сталина. Съезд "победителей" и убийство С.М. Кирова. Сопротивление сталинизму. Указ ВЦИК о борьбе с "террором". Развитие системы внесудебных органов. Политические процессы.

Сталинская "культурная революция" и культурная жизнь страны в 20-е гг. "Революция" в деревне и традиции народного быта и культуры. Дальнейшее наступление "воинствующего" атеизма на религию и церковь. Система просвещения и высшего образования. Технократизм: причины и последствия.

Монополия сталинской идеологии и система ее пропаганды. Советский быт и нравы 30-х гг. Социально-культурный облик номенклатуры.

Внешняя политика (20-е гг. - июнь 1941 г.). Политика создания системы коллективной безопасности в Европе. СССР в Лиге наций. Война с Финляндией. Отношения с Японией. Сближение с Германией. Пакт о ненападении 1939 г.

Тема 2.7. СССР во Второй мировой войне

Мировой экономический и политический кризис конца 20-х-начала 30-х гг. XX в. Формирование агрессивных тоталитарных режимов в Европе и Азии. Развитие мировых конфликтов.

Начало Второй мировой войны в Европе. «Странная война».

Нападение Германии на СССР (22 июня 1941 г.). Советская военная доктрина и состояние армии. Соотношение сил на советско-германском фронте.

Начальный период войны: отступление армии и тяжелые потери. Московская битва. Битва за Сталинград. Героическая оборона Кавказа. Орловско-Курская дуга. Коренной перелом в войне. Партизанское движение.

Советский тыл в годы войны. Героический труд народа во имя Победы.

Изгнание врага с территории СССР (1944). Освобождение Европы.

Усиление партийных органов в руководстве всеми сферами жизни страны. Церковь в годы войны. Репрессии против народов СССР.

Война с Японией (1945).

Итоги и уроки Великой Отечественной войны и Второй мировой войны.

Тема 2.8. Кризис государственно-партийного социализма и новая Россия

Изменения на международной арене после окончания Второй мировой войны. Образование двух мировых систем и их конфронтация. Создание военно-политических блоков. «Холодная» война.

Распространение советской модели социализма в странах народной демократии.

Советское общество и политический режим после окончания Великой Отечественной войны. Социально-экономическая политика. Восстановление промышленности и сельского хозяйства. Отмена карточной системы. Денежная реформа.

Политика в сфере национальных отношений и национально-государственного строительства. Кампания борьбы с «космополитизмом».

Политика в области науки и культуры. Укрепление монополии «марксизма-ленинизма» в идеологии.

Смерть И.В. Сталина и борьба за власть. Отстранение Л.П. Берии и приход к власти Н.С. Хрущева. Начало либерализации режима. Альтернативы развития страны.

XX съезд КПСС. Осуждение «культа личности Сталина», его непоследовательность и границы. Начало реабилитации жертв массовых репрессий и репрессированных народов.

Попытки реформ в экономике, сельском хозяйстве, управлении. «Освоение» целины. Достижения в области освоения космического пространства, мирного применения атома, жилищном строительстве. НТР и ее влияние на ход общественного развития.

Программа «построения коммунизма» и мирного сосуществования. Оживление общественной и духовной жизни.

«Волонтаризм» в экономике, культуре, управлении. Отставка Н.С. Хрущева. Приход к власти Л.И. Брежнева и его окружения. Отказ от попыток реформирования политического режима и его деградация. СССР в середине 60–80-х гг.: нарастание кризисных явлений.

Советский Союз в 1985–1991 гг. Политика «ускорения», «гласности» и «перестройки». Попытка государственного переворота 1991 г. и ее провал. Распад СССР. Октябрьские события 1993 г. Беловежские соглашения.

Становление новой российской государственности (1993–1999 гг.). Россия на пути радикальной социально-экономической модернизации. Особенности современного реформирования экономики.

Конфликтные ситуации на постсоветском пространстве. Миротворческая роль России. Военные операции в Чечне.

Внешнеполитическая деятельность в условиях новой геополитической ситуации. Приоритеты современной внешней политики России. Концепция внешней политики. Национальные интересы и проблемы национальной безопасности в свете расширения НАТО и Европейского Союза. Борьба против международного терроризма.

Культура современной России. Реформы в области науки, культуры и образования на современном этапе.

3.Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1	История России с древнейших времен до XIX в.	Отчет
Тема 1.1	Народы древнейшие и государства на территории России	Доклад, устное выступление на семинаре

Тема 1.2.	Образование и развитие Древнерусского государства	Дискуссия
Тема 1.3.	Русь в XI–XIII вв. Политическая раздробленность Руси и борьба против иноземцев	Сообщение и устное выступление
Тема 1.4	Образование Русского централизованного государства	Сообщение
Тема 1.5	Российское государство в XVI в.	Устное выступление
Тема 1.6.	Россия в XVII в.: кризисы власти и становление российского абсолютизма	Доклад, устное выступление на семинаре
Тема 1.7	Модернизация страны: реформы Петра Великого	Сообщение и устное выступление
Тема 1.8	Россия после Петра Великого. Эпоха дворцовых переворотов	Дискуссия
Тема 1.9	Золотой век российского дворянства: правление Екатерины Великой	Доклад, устное выступление на семинаре
Раздел 2	История России XIX - нач. XXI вв.	Отчет
Тема 2.1	Российская империя в первой половине XIX в.	Доклад, устное выступление на семинаре
Тема 2.2.	Модернизационные процессы в российском обществе во 2-й половине XIX в.	Доклад, устное выступление на семинаре
Тема 2.3	Революционное и либеральное движение во 2-ой половине XIX – начале XX вв.	Дискуссия
Тема 2.4	Россия в условиях военно-революционного кризиса	Устная презентация
Тема 2.5	Приход к власти	Устное выступление

	<i>большевиков и образование Советской республики</i>	
Тема 2.6	<i>Поиск путей общественного развития в 20-30-е гг.</i>	Защита контрольной работы
Тема 2.7	<i>СССР во Второй мировой войне</i>	Устная презентация
Тема 2.8	<i>Кризис государственно-партийного социализма и новая Россия</i>	Дискуссия
		экзамен

4. Основная литература.

1. История России с древнейших времен до наших дней : учебник : в 2 т. Т. 1 / под ред. А. Н. Сахарова. - Москва : Проспект, 2010. - 540 с.
2. История России с древнейших времен до наших дней : учебник : в 2 т. Т. 2 / под ред. А. Н. Сахарова. - Москва : Проспект, 2010. - 718 с. - ISBN 978-5-392-01025-7.
3. Курс отечественной истории IX-начала XXI веков. Основные этапы и особенности развития российского общества в мировом историческом процессе [Электронный ресурс] : учебник для вузов/ Л. И. Олштынский [и др.]. — Электрон. дан. — Москва : ИТРК, 2012. — 656 с. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/27932>, требуется авторизация (дата обращения : 15.08.2016). — Загл. с экрана.
4. Моисеев, В. В. История России [Электронный ресурс] : учеб. для студентов высшего проф. образования / В. В. Моисеев. - Электрон. дан. - Москва : Директ-Медиа, 2014. – 901 с. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=239980>, требуется авторизация (дата обращения : 15.08.2016). – Загл. с экрана.
5. История России : учеб. пособие / под ред. И. И. Широкоград. - Москва : Per Se, 2004. - 495 с. - То же [Электронный ресурс]. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/7382>, требуется авторизация (дата обращения : 15.08.2016). - Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра психологии

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ПСИХОЛОГИЯ

(Б1.Б.8)

Краткое наименование – не устанавливается

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор – составитель:

Заведующая кафедрой психологии канд. псих. наук, доцент И.М. Войтик

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

УК ОС- 6 - выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.

2. План курса:

Раздел 1. Познавательные процессы и психические состояния личности

Введение. Психология как наука и практика. Атрибуты научного знания: цель, объект, предмет, задачи, гипотеза, методология, методы, методики, история науки, отрасли.

Тема 1.1. Биологические основы психики.

Развитие психики человека. Развитие психики в процессе онтогенеза и филогенеза. Мозг и психика. Локализация психических функций. Функции правого и левого полушарий. Психика и организм. Физиологические механизмы психологических процессов и состояний.

Тема 1.2. Сознание и бессознательное.

Определение сознания. Происхождение сознания. Бессознательное и его связь с сознанием. Эволюция представлений о психике. Сознание и самосознание. Рефлексия и ее типы.

Тема 1.3. Познавательные психические процессы.

Ощущение и восприятие. Классификация ощущений. Изменение и измерение ощущений. Восприятие как процесс. Представление. Восприятие пространства, движения и времени. Память. Определение памяти. Виды памяти и их особенности. Индивидуальные различия памяти. Теории памяти. Законы памяти. Развитие памяти. Воображение. Природа и виды воображения. Функции и индивидуальные особенности воображения. Методы развития воображения. *Мышление*. Понятие, виды, операции и формы мышления. Теории мышления. Особенности творческого мышления. Психодиагностика индивидуальных особенностей мышления. Развитие мышления.

Речь. Виды и функции речи. Речь как средство общения людей.

Внимание. Функции, свойства и виды внимания. Диагностика основных свойств внимания. Формирование и развитие внимания.

Тема 1.4. Психические состояния.

Эмоции и чувства. Психология переживания. Настроение. Аффекты. Воля. Природа и структура волевого действия. Роль эмоций и воли в

жизнедеятельности человека. Тревожность. Агрессия.

Эмоциональное выгорание. Стресс и дистресс. Саморегуляция: методы борьбы с дистрессом. Психодиагностика состояний, психическая регуляция и контроль эмоционального поведения.

Раздел 2. Психология личности и группы

Тема 2.1. Системный подход к проблеме личности.

Индивид, личность, субъект, индивидуальность: соотношение понятий. Социализация личности. Я-концепция личности. Активность. Поведение. Культура. Рефлексия.

Развитие личности. Психологические основы саморазвития. Концепция образования в течение всей жизни (lifelong learning). Целеполагание как процесс осмысления своей деятельности. Современные методы самоорганизации и саморазвития. Виды и основные принципы тайм-менеджмента. Основные приемы планирования.

Тема 2.2. Свойства личности: темперамент и характер.

Темперамент и характер. Теории темперамента: гуморальная (Гиппократ), конституциональная (Э. Кречмер), морфологическая (У. Шелдон), теория И. П. Павлова. Характер: понятие, структура, условия и факторы формирования. Типологии характеров. Проблема соотношения нормы и патологии. Теория Дж. Олдхэма и Л. Морриса. Теория черт Р. Кеттелла. Акцентуации характеров К. Леонгарда. Психодиагностика свойств личности.

Способности: понятие и виды способностей. Способности и задатки. Природа высших человеческих способностей. Формирование и развитие способностей. Одаренность. Талант. Гениальность.

Тема 2.3. Психология больших групп.

Классификация групп. Большие группы. Стихийные группы и массовые движения. Основные характеристики группы. Роль личности в больших группах.

Тема 2.4. Психология малых групп.

Психология малых групп. Динамические процессы в малой группе. Признаки коллектива. Личность в группе. Лидерство и руководство. Психология лидерства. Межгрупповые взаимоотношения и взаимодействия. Социометрия. Групповые феномены. Процесс принятия группового решения.

Раздел 3. Деятельность и общение

Тема 3.1. Психология профессиональной деятельности.

Психика, поведение и деятельность. Виды деятельности и их особенности. Игра. Учение. Общение. Труд и профессиональная деятельность. Психологический анализ управленческих функций. Профессиограмма

специалиста по связям с общественностью. Планирование карьеры.

Тема 3.2. Коммуникативная сторона общения.

Общественные и межличностные отношения. Общение и речь. Три стороны общения: коммуникативная (обмен информацией, интерактивная (взаимодействие), перцептивная (восприятие и понимание людьми друг друга). Модель коммуникативного процесса Г. Лассуэлла. Вербальная и невербальная коммуникация, ее виды и особенности.

Тема 3.3. Общение как взаимодействие.

Типы взаимодействий. Роли, позиции, статусы, стили. Транзактный анализ Э.Берна Конфликтное взаимодействие: этапы управления конфликтом и содержание управленческих действий. Типы поведения в конфликте.

Тема 3.4. Восприятие и понимание людьми друг друга.

Понятие социальной перцепции. Механизмы взаимопонимания в процессе общения: идентификация, рефлексия, эмпатия.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)	Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1. Познавательные процессы и психические состояния личности	Тестирование 1
Введение: Психология как наука и практика	Опрос 1
Тема 1.1. Биологические основы психики	Конспект 1
Тема 1.2. Сознание и бессознательное	Конспект 2
Тема 1.3. Познавательные психические процессы	Доклад с презентацией
Тема 1.4. Психические состояния	Доклад с презентацией
Раздел 2. Психология личности и группы	Тестирование 2
Тема 2.1. Системный подход к проблеме личности	Эссе
Тема 2.2. Свойства личности: темперамент и характер	Доклад с презентацией
Тема 2.3. Психология больших групп	Конспект 3
Тема 2.4. Психология малых групп	Опрос 2
Раздел 3. Деятельность и общение	Тестирование 3
Тема 3.1. Психология профессиональной деятельности	Моделирование
Тема 3.2. Коммуникативная сторона общения	Конспект 4
Тема 3.3. Общение как взаимодействие	Понятийный диктант
Тема 3.4. Восприятие и понимание людьми друг друга	Конспект 5
Тема. Планирование карьеры	Контрольная работа

Форма промежуточной аттестации: **зачёт**.

4. Основная литература

1. Войтик, И.М. Психология : учеб. пособие для всех форм обучения по направлениям подгот. / И. М. Войтик ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы

при Президенте РФ, Сиб. ин-т упр. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2012. - 242 с. – То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа : <http://www.sapanet.ru>, требуется авторизация (дата обращения : 15.01.16). - Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ГЕОПОЛИТИКА

(Б1.Б.6)

Краткое наименование – не устанавливается

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор – составитель:

к.полит.н. доцент кафедры ПНиТ

Н.А. Пономаренко

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

УК ОС-1 - Способность применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции

2. План курса:

Раздел 1. Введение в геополитику. Геополитика как научная дисциплина

Тема 1.1. Геополитика как научная дисциплина: предмет, методы и функции

Особенности геополитики как научной дисциплины. Факторы формирования геополитики как самостоятельного комплекса знаний. Геополитика фундаментальная. Прикладная геополитика. Этапы развития геополитического знания. Дискуссионный характер предмета геополитики. Классическая геополитика. Географический детерминизм – основа классической геополитики. Постклассическая геополитика. Методы геополитики: системный, центр-периферический, компаративный, моделирование. Функции геополитики: гносеологическая и прикладная.

Тема 1.2. Основные парадигмы геополитики

Институционально – правовая парадигма – государство или нация. Геополитическая парадигма: международные отношения как борьба государств за мировое господство. Геоэкономическая парадигма: перемещение конфликтной логики из сферы публичной политики в сферу бизнеса и коммерции. Геоидеологическая парадигма: взаимопроникновение геополитики и идеологии. Геоцивилизационная парадигма: проблема «культурного кода». Геоинформационная парадигма: информационные потоки – главный ресурс власти. Проблема смены парадигм в геополитике.

Тема 1.3. Особенности и динамика формирования мирового геополитического пространства. Цикличность развития геополитической структуры мира

Геополитическая структура мира. Экстерриториальность и динамика геополитических полюсов. Этапы формирования мирового геополитического пространства. Колонизация и складывание центр-периферийной модели мирового геополитического пространства. Особенности биполярной модели мира. Геополитические стратегии установления контроля над пространством в условиях противостояния капиталистического и социалистического полюсов. Геополитические коды поведения геополитических лидеров.

Национальная безопасность США: постоянство целей в калейдоскопе доктрин и приоритетов. Особенности доктрин национальной безопасности СССР. Экспертная оценка преимуществ и недостатков биполярной модели. Геополитические последствия распада СССР. Мир после «холодной войны»: новая геополитическая архитектура многополярного мира. Многополярное мироустройство: к вопросу о деконструкции терминологии. Смещение глобального спектра сил. Усиление однополярности, преобладание в мире сверхдержавы. Геополитические стратегии США. Факторы, определяющие конфигурацию современного геополитического пространства.

Раздел 2. Контуры современной геополитической структуры мира. Виртуальные формы организации мирового геополитического пространства в XXI в.

Тема 2.1. Наднациональные объединения как геополитические игроки в современной мировой системе

Определение наднациональности. Монофункциональные наднациональные институты. Специфические предпосылки реальной наднациональности. Европейский Союз как полигон половинчатой наднациональности. Маастрихтский договор и создание Европейского союза. Особенности расширения состава ЕС в 1990-е гг. Интеграция и факторы дезинтеграции в ЕС. Проблема интеграции стран Центральной и Восточной Европы в ЕС. Региональные сообщества как строительные блоки наднациональных объединений. Межправительственные организации. Международные неправительственные организации. Транснациональные корпорации. Транснациональные банки. Внутригосударственные регионы. Международные преступные группы как транснациональные акторы. Национальные/религиозные организации. Взаимодействие транснациональных акторов и обновление политической системы.

Тема 2.2. Глобализация как ведущая тенденция мирового развития. Геополитические последствия глобализации

Глобализация: понятие и стадии. Главные основания и черты глобализации. Измерения глобализации: политическое, экономическое, культурное. Глобализация как инструмент «конца истории». Интеграция и дезинтеграция в процессе глобализации. Угрозы и риски глобализирующегося мира. Перспективы и возможности глобализации. Эрозия Вестфальской модели мира в условиях глобализации. Геополитические проблемы национальной безопасности и международной стабильности в условиях глобализации. Способы обеспечения национальной безопасности.

Тема 2.3. Демократизация как инструмент установления контроля над пространством

«Транзитологическая парадигма». Волны демократизации. Проблема транснационального характера «третьей» волны. Консолидированная демократия. Внешние факторы демократизации. Доктрина «расширения демократии» (1993). Стратегическая концепция расширения НАТО (1996). Балканская проблема: столкновение геостратегических интересов Доктрина превентивных ударов. Доктрина демократизации Большого Ближнего Востока. Расстановка геостратегических сил на Ближнем Востоке в условиях трансформации мировой политической системы. «Арабская весна»: дестабилизация ситуации в регионе. Роль внешнего фактора в событиях «арабской весны». Внутренние причины «Арабской весны». Последствия «Арабской весны»: режимные трансформации. Борьба за лидерство в регионе. Саудовская Аравия, Катар, Кувейт – стратегические союзники США. Ирак, Ливия – изменение геополитического положения в условиях демократизации. Иран – возможности лидерства в регионе. Турция – попытки европейской интеграции. Проблемы интеграции стран Ближнего Востока. Возможности и перспективы формирования наднационального объединения. Факторы дестабилизации на Ближнем Востоке. Арабо-израильский конфликт – перспективы разрешения. Политические последствия военных акций в Афганистане. Движение Талибан. Американо-афганские отношения: нарастающее противодействие. Транснациональные последствия «расширения демократии». Траектории современных политических трансформаций.

Тема 2.4. Доктрина управляемого хаоса как геополитическая стратегия

Основные положения доктрины «управляемого хаоса». Технологические этапы реализации доктрины хаоса. Стивен Манн «Теория хаоса и стратегическая мысль». Технологии флеш – моба, «толпы – вспышки» как современные способы установления контроля над пространством. Социальные сети – инструмент технологий установления зон нестабильности. Реализация технологий «управляемого хаоса» в современной геополитике. «Цветные революции» как механизм установления очагов нестабильности. «Цветная революция» – геополитическая стратегия формирования новой мировой системы. Природа, символы, технологии «цветных революций». Характерные черты «цветных революций» их отличие от классических революций. «Мягкая сила» как главный фактор «цветных революций». Символы и значение «цветных революций». Политические трансформации как результат «цветных революций».

Тема 2.5. Сетевые и сетецентричные войны. Технологии информационного воздействия и социальной вакцинации.

Определение сетецентричной войны. Основы сетецентричной войны: от гипотез к опыту. Революция в военном деле. Информационное противоборство в условиях сетецентричных войн. Критика сетецентричной

войны. Определение сетевой войны. Конфликты и общество сети. Структуры сетей. Криминальные сети. Этнические, гражданские и религиозные сети. Сети и государственная стратегия. Мягкая, жесткая и умная сила. Новая природа войны. Кибервойна: военные и политические манипуляции с социальными сетями.

Раздел 3. Проблемы современной геополитики в условиях трансформации мировой политической системы

Тема 3.1. Лидерство и критерии лидерства в современной мировой системе

«Парадокс мощи» и фактор силы в политике ведущих держав. Категории лидерства в стратегии ведущих стран мира. Критерии и особенности лидерства в многополярной мировой системе. Специфика латиноамериканского лидерства. Стратегическая расстановка сил в латиноамериканском регионе. Особенности политических режимов стран Латинской Америки. Особенности внешнеполитического лидерства в «зоне турбулентности». АТР как пример зоны турбулентности. Факторы нестабильности в АТР. Ведущие акторы и экономические перспективы развития региона. Взаимоотношения ведущих акторов АТР. Русско-Японские отношения: территориальный спор. Китай – возможности и перспективы мирового лидерства. Характер японо-китайских отношений в XXI веке. АСЕАН – вариант модели интеграции. Роль ядерного оружия в современной геополитической структуре мира. Корейский вопрос. Северная и Южная Корея – причины и динамика конфликта.

Тема 3.2. Международные конфликты и проблемы миротворчества

Определение международного конфликта. Типология международных конфликтов. Роль международного сообщества в урегулировании конфликтов. Сепаратистские эксперименты в современной геополитике. Проблема миротворчества. Типология миротворческих операций. Основные тенденции развития миротворческих операций. Виды деятельности в рамках МТО. ООН в международных конфликтах. Миротворчество ОБСЕ. Категория «друзей» и «врагов» в современной геополитике. Южная Азия – зона региональной нестабильности. Особенности геополитического положения региона в мире. Геополитическая расстановка сил в регионе. Индия – новый лидер в структуре мировой политической системы. Исламская республика Пакистан. Кашмирская проблема: зона хронической нестабильности. Ядерное оружие на субконтиненте: причина нестабильности. Региональное сотрудничество СААРК: достижения и ограничители.

Тема 3.3. Современный терроризм в контексте глобализации. Радикальный экстремизм

Определение терроризма. Особенности терроризма в условиях глобализации. Борьба с терроризмом как новая геополитическая технология контроля над пространством. Религиозный фундаментализм как вид терроризма. Виды фундаментализма. Радикальный экстремизм – глобальная угроза современности.

Тема 3.4. Национализм и этнократия в современной геополитике

Интерпретация концепта «национализм». Нация – национальность – национализм. Виды национализма. Формирование наций-государств. Национализм как идеология нации-государства. Типы национализма: западная гражданско-территориальная модель, восточная этногенеалогическая модель. Европейская «национальная чересполосица» и советская модель решения национального вопроса. Национализм конца XX в. Национализм против глобализации. Этнократия как политическая реальность. Определение и основные характеристики этнократии. Легализация и легитимация этнократии. Общие признаки этнократии на постсоветском и российском пространстве. Этнократические тенденции в современной геополитике.

Тема 3.5. Геополитическая роль России в современном мире

Особенности геополитического положения России в постсоветскую эпоху. Столкновение интересов мировых лидеров на постсоветском пространстве. Изменение положения современной России в архитектуре международных отношений. Доктрина национальной безопасности РФ. Стратегические цели современной России. Участие России в международных организациях. ШОС: перспективы развития. ЕврАзЭС: экономико-политическая объединение.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1	Введение в геополитику. Геополитика как научная дисциплина	
Тема 1.1.	Геополитика как научная дисциплина: предмет, методы и функции	Устные ответы на вопросы
Тема 1.2.	Основные парадигмы геополитики	Написание доклада
Тема 1.3.	Особенности и динамика формирования мирового геополитического пространства. Цикличность развития геополитической структуры мира	Написание конспектов
Раздел 2	Политические институты и политические процессы в современном мире	
Тема 2.1	Государство и механизмы государственного управления	Устные ответы на вопросы
Тема 2.2.	Современное демократическое государство: формирование	Написание доклада

	законодательной и исполнительной власти. Электоральное поведение.	
Тема 2.3.	Политика и функционирование политических систем: критерии состояния и изменения Политические конфликты и кризисы	Написание конспектов
Тема 2.4.	Доктрина управляемого хаоса как геополитическая стратегия	Устные ответы на вопросы
Тема 2.5.	Сетевые и сетцентричные войны. Технологии информационного воздействия и социальной вакцинации	Написание контрольной работы
Раздел 3	Проблемы современной геополитики в условиях трансформации мировой политической системы	
Тема 3.1	Лидерство и критерии лидерства в современной мировой системе	Устные ответы на вопросы
Тема 3.2.	Международные конфликты и проблемы миротворчества	Написание доклада
Тема 3.3.	Современный терроризм в контексте глобализации. Радикальный экстремизм	Написание конспектов
Тема 3.4.	Национализм и этнократия в современной геополитике	Выполнение контрольного задания с элементами аналитической работы
Тема 3.5.	Геополитическая роль России в современном мире	Коллоквиум

Форма промежуточной аттестации: **экзамен.**

4. Основная литература

1. Гаджиев, К. С. Геополитика : учеб. для акад. бакалавриата : учеб. для студентов вузов, обучающихся по гуманит. направлениям и специальностям : учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальностям и направлениям "Политология", "Междунар. отношения", "Юриспруденция", "История", "Социология" / К. С. Гаджиев ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. - 5-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2016. - 466 с. – То же [Электронный ресурс]. — Доступ из ЭБС изд-ва «Юрайт». — Режим доступа : <http://www.biblio-online.ru>, требуется авторизация (дата обращения : 01.08.2016). — Загл. с экрана.
2. Лебедева, М. М. Мировая политика : учеб. для студентов вузов / М. М. Лебедева. - 3-е изд., стер. - Москва : КноРус, 2014. - 254 с.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ПОЛИТОЛОГИЯ

(Б1.Б.7)

Краткое наименование – не устанавливается

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор – составитель:

к.и.н. доцент

Ю.А. Пустовойт

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

УК ОС-1 - способность применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции.

2. План курса:

Раздел 1. Феномен власти в зеркале политической науки

Тема 1.1 Политическая наука: история становления и развития

Политика как сфера общества и вид деятельности. Различные подходы к пониманию природы политики и политического. Политика как сфера общества, в которой происходит подготовка, выработка и принятие обязательных для всего общества решений, гарантированных ресурсами государственной власти. Свойства политики и объекты политического регулирования и управления - экономика, культура, наука, социальные, национальные отношения и пр.

Специфика политологического знания. Невыделенность в качестве самостоятельной и мифологический характер политической мысли Древнего Востока. Политические учения Древней Греции и Древнего Рим.. Политические учения Средневековья. Обоснование теологической теории политической власти. Политические доктрины Возрождения и Нового времени. Демифологизация и десакрализация, т.е. рационализация политики. Разграничение сфер государственной и негосударственной жизни. Теории общественного договора. Обоснование принципа разделения властей Формирование доктрины либерального государства Становление современной политологии: теория элиты (правлящего класса); социологическая теория государства и власти.

Политические институты и политико-правовые нормы как основной предмет политической науки конца 19-го - начала 20-го вв. Переход от институционально-нормативного к бихевиористскому (поведенческому) анализу. Начало применения в политических исследованиях эмпирических и количественных методов, заимствованных у психологии, социологии, математики и кибернетики. Постбихевиоризм и постановка вопроса о ценностях, лежащих в основе политической науки. Теории рационального выбора. Неоинституционализм.

Политическая мысль России. Славянофильство –западничество, Социалистические идеи и практика революционной борьбы и построения социалистического государства. Диссиденты. Появление и современное состояние отечественной политической науки.

Тема 1.2 Политическая власть и ее ресурсы. Субъекты власти: политические элиты и лидеры

Власть как многомерное и многоаспектное социальное явление. Классическое определение власти. (М. Вебер). Легитимность. Понятие о силовых, экономических и символических ресурсах как средствах осуществления власти. Ресурсная типология власти и группы ими обладающие (М.Манн). Субъекты власти: групповой (элиты, группы интересов, партии); индивид – лидер, институционализированный (государство)

Элиты и субэлиты: структура, рекрутация, идеология. Силовая элита (армия и полиция, как политический субъект). Бизнес элита. Бюрократия, как ядро политико-административных элит. Идеологическая элита и средства массовой информации. Особенности формирования и функционирования современной российской элиты

Идеологии как системы взглядов, идей, убеждений, ценностей и установок, выражающих интересы политических субъектов. Классические политические идеологии: либерализм, консерватизм, социализм и фашизм. Новые идеологии феминизм, экологизм.

Заинтересованные группы. Лобби – индивиды или группы, представляющие и «продвигающие» интересы тех или иных заинтересованных групп, действуя непосредственно в структурах власти (напр. парламентское лобби). Каналы воздействия заинтересованных групп на власть – партии, СМИ, общественное мнение, неформальные и скрытые каналы воздействия

Политические партии. Признаки, функции и структура партий. Разновидности партий: партии кадровые, массовые и универсальные. Партийная система как устойчивая, воспроизводящаяся на протяжении десятилетий система распределения политических ролей, веса и статуса между партиями, характерная для данной страны. Разновидности партийных систем.

Политическое лидерство. Лидерство и руководство. Типы политических лидеров.

Тема 1.3 Политическая система. Политическая культура и социализация

Политическая система как устойчивая форма отношений, при помощи которой принимаются и осуществляются на практике властные решения для данного общества. Классическое понимание политической системы (предложенной Д. Истоном) как системы, преобразующие адресованные ей социальные требования в те или иные властные (политические) решения. Степень соответствия данных решений ожиданиям и требованиям общества (в первую очередь его доминирующих, лидирующих групп) как условие высокой поддержки, а, следовательно, и стабильности политической системы. Подход Г.Алмонда, выдвигавшего на первый план целевой,

поведенческий аспект различных структур, входящих в политическую систему. Политическая культура как достаточно устойчивая система относительно органично взаимосвязанных между собой политических знаний, оценок, ценностей, а также стереотипов политического поведения, характерных для определенной социальной общности - национальной, территориальной, профессиональной, возрастной и т.д. Доминирующие (в рамках данной политической системы) образцы политической культуры. Политические субкультуры. Политическая культура элиты. Ориентация на политическую систему и ориентация на собственное участие в политике как два критерия классической типологизации политических культур Г.Алмонда и С.Вербы. Патриархальная, подданническая и активистская политическая культура, Культура гражданина.

Политическая социализация как процесс усвоения новыми поколениями ценностей норм и ориентаций доминирующей политической культуры (и политической системы в целом. Политическая социализация и проблема формирования политически самостоятельной личности. Значение политической социализации. Субъекты, участвующие в социализации: социализант, агенты социализации, агенты социализации

Тема 1.4. Классификации политических режимов. Авторитаризм и демократия в современном мире

Политический режим как способ организации и функционирования государственной власти и политической системы в целом. Множественность классификаций политических режимов. Традиционно выделяемые типы политических режимов. Тоталитарный режим: мощная монополярная и радикальная по своему характеру идеология, жестко задающая ориентиры развития общества, отдельных его сфер и поведения населения; сверхэтатизация, тотальный государственный контроль и государственное участие в процессах, протекающих во всех общественных сферах; массовая политическая мобилизация, фактически поголовное включение населения в политико-идеологические процессы, инициируемые режимом. Авторитарный режим: концентрация власти в руках одного человека или узкой группы; недооценка или игнорирование принципа разделения властей; строгая регламентация политических прав и поведения граждан; периодически проводимые и в той или иной мере фальсифицируемые выборы и плебисциты; относительная свобода деятельности в неполитических сферах. Демократический режим: реализация принципа разделения властей; избрание представительных органов власти и местного самоуправления путем всеобщих равных прямых выборов при тайном голосовании; свободная конкуренция элит и политических партий; система гарантий политических прав и свобод меньшинств в условиях правления большинства; реализация основных демократических свобод - печати, собраний, слова, союзов; реальные возможности участия заинтересованных групп и общественных инициатив в политическом процессе. Типология политических режимов Ж. Блонделя как производная трех критериев: типа политической конкуренции,

уровня включенности населения в политический процесс и структуры элит. Традиционный, авторитарно-бюрократический, эгалитарно-авторитарный, авторитарно-неэгалитарный режимы, соревновательная олигархия и либеральная демократия.

Формы демократии: классическая (как прямая) и либеральная (как представительная). Модели демократии: «защищающая» демократия (Т. Гоббс); «развивающая» демократия (Ж.-Ж. Руссо); «модель отмирания государства» (К. Маркс); «соревновательный элитизм» (М. Вебер, Й. Шумпетер); «плюралистическая» демократия (Р. Даль); легальная демократия (Ф. Хайек). Переходы к демократии. Процесс демократизации. «Волны» демократизации. Основные условия стабильной демократии. Сформировавшаяся национальная идентичность и государственное единство как главное предварительное условие перехода к демократии. Экономика, базирующаяся на частной собственности и свободной конкуренции; отсутствие резких социальных расслоений в обществе, наличие многочисленного «среднего класса», широкое согласие по поводу основных ценностей и принципов, на которых строится общество; высока степень толерантности массового сознания и сознания элиты.

Раздел 2. Политические институты и политические процессы в современном мире

Тема 2.1 Государство и механизмы государственного управления

Государство как территориальная монополия легитимного насилия. Узкое и широкое значение термина «государство». Механизмы возникновения государства. Появление термина «государство» (state). Роль монополии легитимного насилия и монополии символического насилия в возникновении и существовании государств. Внешние и внутренние функции государства и его прерогативы. Социальная природа государства. Типология государств по формам правления. Монархии и их разновидности. Республики и их разновидности. Типология по формам государственного устройства: унитарные государства, федерации, конфедерации. Исполнительная власть. Основные функции исполнительной власти. Разновидности исполнительной власти: конституционная и неконституционная. Понятие конституции. Глава государства, правительство, глава правительства и парламент: модели взаимоотношений. Парламенты и их основные функции. Типы парламентов. Структура парламентов. Невыборные власти. Судебная власть и ее функции. Способы обеспечения независимости судебной власти.

Тема 2.2 Современное демократическое государство: формирование законодательной и исполнительной власти. Электоральное поведение.

Избирательная система как совокупность фактических общественных отношений, возникающих в процессе организации и проведения выборов. Основные типы избирательных систем - мажоритарная и пропорциональная. «Заградительный процент». Достоинства и недостатки, плюсы и минусы

мажоритарной и пропорциональной систем. Смешанные избирательные системы. Электоральный процесс. Активное и пассивное избирательное право. Избирательные цензы. Организация избирательных кампаний и общественный контроль при подведении их результатов. Юридические и административные механизмы, регулирующие электоральный процесс. Факторы, влияющие на избирательное поведение и избирательную активность граждан. Абсентеизм. Этапы электорального процесса. Роль СМИ в избирательных кампаниях. Избирательные технологии и проблемы манипуляции избирательными ориентациями граждан.

Тема 2.3 Политика и функционирование политических систем: критерии состояния и изменения Политические конфликты и кризисы

Политический процесс как процесс выработки, подготовки и принятия политических решений, Институализированные и неинституализированные, формализованные и неформализованные, публичные и скрытые механизмы и процедуры принятия решений. Этапы включения политических субъектов в процесс подготовки и принятия решений: агрегация интересов; выработка политических целей; коррекция целей с учетом реальных обстоятельств и конкретной расстановки сил, определение потенциальных союзников и противников; разработка программы действий и последующая ее коррекция в ходе политического процесса. Критерии эффективности (оптимальности) политических решений

Проблемы политической модернизации. Власть в современном мире: конфликты, кризисы и революции.

Критерии состояния политической системы: стабильность, экономическое развитие, права человека, демократизация. Современная политика России в экспертных оценках.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1	Феномен власти в зеркале политической науки	
Тема 1.1	Политическая наука: история становления и развития	Устные ответы на вопросы
Тема 1.2	Политическая власть и ее ресурсы. Субъекты власти: политические элиты и лидеры.	Написание эссе
Тема 1.3	Политическая система. Политическая культура и социализация	Решение кейсов
	Классификации политических режимов. Авторитаризм и демократия в современном мире	Написание оклада
Раздел 2		

Тема 2.1	Государство и механизмы государственного управления	Ответы на вопросы тестирования
Тема 2.2	Современное демократическое государство: формирование законодательной и исполнительной власти. Электоральное поведение.	Написание контрольной работы
Тема 2.3	Политика и функционирование политических систем: критерии состояния и изменения Политические конфликты и кризисы	Решение кейсов

Форма промежуточной аттестации: **экзамен.**

4. Основная литература

1. Гаджиев, К. С. Политология [Электронный ресурс] : учебник / К. С. Гаджиев. - 2-е изд., перераб. и дополн. - Электрон. дан. - Москва : Логос, 2011. - 216 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84981>, требуется авторизация (дата обращения : 15.08.2016). - Загл. с экрана.
2. Козлов, С. В. Политология : учеб. пособие для студентов всех форм обучения по всем специальностям / С. В. Козлов ; Федер. агентство по образованию, Сиб. акад. гос. службы. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2009. - 199, [1] с.; То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа: <http://www.sapanet.ru>, требуется авторизация (дата обращения: 15.08.2016). - Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра управления персоналом

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

СОЦИОЛОГИЯ

(Б1.Б.8)

Краткое наименование дисциплины - не устанавливается

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор–составитель:

д.социол.н, профессор кафедры социологии и социального управления

Б.С. Сивирин

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

УК ОС-5 - способность проявлять толерантность в условиях межкультурного разнообразия общества.

2. План курса:

Раздел 1. Социология как наука об обществе

Тема 1.1. Значение социологии как науки в жизни общества.

Знание социологии как необходимый элемент современной гуманитарной культуры. Социология – единственная наука, изучающая общество в целом. Молодость социологии как науки. Значение социологии и ее социальный эффект. Мировой опыт развития и применения социологического знания в управлении обществом. Опыт применения социологии в общественной практике в США. Проблемы институционализации социологии в России. Социологическое образование и социологическая грамотность специалиста.

Тема 1.2. Социология в системе социального знания.

Сущность и проблема социологического подхода в исследовании общества. Объект и предмет социологии. Структура социологического знания и его уровни. Принципы выделения уровней социологического знания. Методологическое значение выделения уровней. Общие социологические теории как фундаментальный уровень социологического знания. Социологические теории среднего уровня и их характеристика. Уровень отраслевых социологий: основные направления и структура. Содержание эмпирических исследований и их место в структуре социологии. Проблемы интеграции современного социологического знания.

Тема 1.3. История становления и развития социологии.

Предыстория, социально-исторические и теоретико-методологические предпосылки социологии как науки. Огюст Конт как основатель науки социологии, социологический проект О. Конта. Основные этапы развития социологии. Классические социологические теории. Русская социологическая мысль. Русская социологическая школа (М. Ковалевский). Социология в С.Петербургском университете. Современный этап развития российской социологии. Современные социологические теории. Теория социального действия: основные представители и теоретические положения

(М. Вебер, А. Шюц, Т. Парсонс и другие). Теория бюрократии М.Вебера. Постмодернистские социальные теории. Теории социального развития.

Тема 1.4. Методология и методика социологического исследования.

Социологическое исследование. Классификация социологических исследований. Основные характеристики социологического исследования, его функции, виды, структура, этапы. Подготовка социологического исследования. Определение проблемы, цели, задач, объекта и предмета. Понятие программы социологического исследования, ее функций и структуры. Сбор социологической информации. Характеристика методов сбора социологической информации. Наблюдение в социологии, его функции и виды. Опрос как метод сбора социологических данных. Сущность и специфика процедуры опроса. Интервьюирование и анкетирование как основные виды опросов. Анализ документов в социологии. Особенности анализа содержания личных документов. Социальный эксперимент и возможности его использования. Возможности использования социометрических методов для изучения межличностных отношений в коллективе и межгрупповых отношений. Качественные методы: кейс-стади, метод фокус-группы, анализ личных документов и др. Подведение итогов социологического исследования. Анализ результатов исследования, их интерпретация.

Раздел 2. Общество как объект управления

Тема 2.1. Общество как система. Системный подход в исследовании общества.

Понятие общества. Понятие социальной системы и ее характеристики. Системные характеристики общества: иерархичность, целостность, элементы, связи, структура. Феноменология социальных систем. Механизм и условия возникновения социальных систем. Особенности и характеристики системного взаимодействия. Уровни масштабности социальных систем. Эмерджентность как специфическое свойство социальных систем.

Тема 2.2. Социальная структура и социальная стратификация.

Понятие и характеристика социальной структуры общества. Социальная сфера общества, структура и основные характеристики. Социальная стратификация и социальное неравенство. Основные критерии социальной стратификации. Понятие социального статуса. Социально-классовая структура общества. Социальные группы и общности, виды общностей, малые группы и коллективы. Социальная мобильность. Типы социальной мобильности: горизонтальная, вертикальная, восходящая, нисходящая. Каналы социальной мобильности.

Тема 2.3. Общество и социальные институты.

Понятие социального института. Основные признаки социальных институтов. Классификация и функции социальных институтов. Функции и дисфункции института. Институт как нормативная система и социальная организация. Динамика социальных институтов. Жизненный цикл социальных институтов. Государство, политические институты. Образование как социальный институт общества. Семья как социальный институт. Понятие семьи, социальные функции и сущность семьи; классификация семейно-брачных отношений. Жизненный цикл семьи. Родство и родственные системы. Кризис современной семьи и ее будущее.

Тема 2.4. Социальные организации.

Понятие «социальная организации». Основные признаки социальной организации. Формальные и неформальные организации. Основные типы социальных организаций, их достоинства и недостатки. Социальная иерархия в организации. Система управления социальными параметрами сложных организаций. Виды организаций: деловые, общественные, ассоциативные. Малые группы и коллективы. Бюрократизм, патернализм, партнёрство как модели организационных отношений. Типы организационных структур. Жизненные циклы развития деловых организаций. Патологии развития организаций. Бюрократия как форма организации современного общества, закономерности её функционирования. Формирование кадров государственного управления. Корпоративная культура. Факторы укрепления корпоративных ценностей. Роль менеджера в организации. Особенности менеджмента в России, США и Японии. Управление как социальный институт. Сущность социального управления.

Тема 2.5. Личность как социальный тип и деятельностный субъект.

Понятие личности, ее структура. Самосознание и самоопределение личности. Теория "зеркального Я" Ч.Кули и "обобщенного другого" Дж. Мид. Социальный статус личности. Статусный набор. Социальная роль. Ролевые требования и ролевые ожидания. Проблема социальной идентичности. Виды идентификации: "негативная", "реактивная" и полемическая. Понятие социального статуса. Самосознание, направленность деятельности. Типология личности. Социализация личности. Механизмы и этапы социализации личности. Влияние на процесс социализации классовых, этнических, культурных и др. факторов. Институты социализации. Кризис институтов социализации. Адаптация и активность личности. Социализация и индивидуализация. Личность в кризисной ситуации. Личность и современное общество: проблема взаимодействия. Российский человек как социальный тип, его основные черты.

Тема 2.6. Социальный контроль и девиация.

Социальный контроль в обществе и его методы. Социальный контроль как механизм регламентирования социального поведения людей и форма саморегуляции социальной системы. Институты и механизмы социального контроля. Виды социального контроля: формальный, неформальный, групповой, универсальный. Особенности социального контроля в различных социальных группах. Девиантное поведение: определение и критерии. Основные теоретические подходы к пониманию природы девиации: биологические, психологические, социологические. Типы и виды девиации. Отклоняющееся поведение и социальный контроль. Отклоняющееся поведение и инновация. Отклоняющееся поведение и дезорганизация. Разнообразие форм и видов девиантного поведения. Концепция человеческой природы и концепция аномии.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1	Социология как наука об обществе	
Тема 1.1.	Значение социологии как науки в жизни общества.	Устный ответ на вопросы. Предоставление эссе в устном виде.
Тема 1.2.	Социология в системе социального знания.	Устный ответ на вопросы. Письменная работа - решение практических заданий.
Тема 1.3.	История становления и развития социологии.	Устный ответ на вопросы. Письменная работа - решение практических заданий.
Тема 1.4.	Методология и методика социологического исследования.	Устный ответ на вопросы. Письменная работа - решение практических заданий.
Раздел 2	Общество как объект управления	
Тема 2.1	Общество как система. Системный подход в исследовании общества.	Устный ответ на вопросы. Письменная работа - решение практических заданий.
Тема 2.2.	Социальная структура и социальная стратификация общества.	Устный ответ на вопросы. Письменная работа - решение практических заданий. Предоставление эссе в устном виде.
Тема 2.3.	Общество и социальные институты.	Устный ответ на вопросы. Письменная работа - решение практических заданий.
Тема 2.4.	Социальные организации.	Устный ответ на вопросы. Письменная работа - решение практических заданий.
Тема 2.5.	Личность как социальный тип и деятельный субъект	Устный ответ на вопросы. Письменная работа - решение практических заданий.

		Предоставление эссе в устном виде.
Тема 2.6.	Социальный контроль и девиация.	Устный ответ на вопросы. Письменная работа - решение практических заданий.

Форма промежуточной аттестации: **экзамен.**

4. Основная литература

1. Волков, Ю. Е. Социология [Электронный ресурс] : учеб. пособие для магистрантов / Ю. Е. Волков. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К°, 2016. - 398 с. — Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453517>, требуется авторизация (дата обращения : 29.07.2016). - Загл. с экрана. — То же [Электронный ресурс]. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/60470.html>, требуется авторизация (дата обращения : 29.07.2016). — Загл. с экрана.
2. Добренъков, В. И. Социология : учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальностям социологии / В. И. Добренъков, А. И. Кравченко ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. - Москва : Инфра-М, 2009. - 623 с.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
Факультет политики и международных отношений
Кафедра международных отношений и гуманитарного сотрудничества

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ

(Б1.Б.9)

краткое наименование дисциплины – Рус. яз. и КР

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор–составитель:

канд. пед. н., ст. преподаватель

С.С. Лопатина

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

УК ОС-4 - Способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языках

2. План курса:

Раздел 1. Русский язык и культура речи в зеркале современной языковой ситуации

Тема 1.1. Культура речи как предмет изучения и как предмет обучения.

Язык и культура речи. Культура речи как область научно-практических исследований.

Основные понятия культуры речи: «язык», «научный язык», «литературный язык», «речь» (речевая деятельность, речевое общение), «речевая культура», «текст», «норма», «языковой, речевой стандарт», «стиль речи».

Краткая история речевой культуры. Судьба риторики как дисциплины и изменение ее предмета от античности к современности.

Состояние речевой культуры общества на современном этапе. Причины массовых речевых ошибок. Основные направления совершенствования навыков грамотной устной и письменной речи.

Тема 1.2. Русский язык и общество. Русский язык - основа национального единства и русской культуры. Консолидирующая роль языка.

Язык и мышление. Язык - основа взаимопонимания в обществе.

Язык как знаковая система. Единицы и уровни языка. Основные функции языка. Сферы применения языка.

Язык как способ национального мировидения. Связь языка с историей и культурой народа.

Русский язык как государственный язык. Русский язык - средство межнационального общения.

Русский язык как мировой, традиционные и новые сферы использования языка, мировые процессы глобализации, интеграции, интернационализации и их роль во взаимодействии языков.

Русский язык конца XX – начала XXI века. Новая общественная и языковая ситуация, сложившаяся в России в конце XX века и ее влияние на речевую практику говорящих. Неизбежность изменений в языке в новых общественных условиях. Необходимость защиты и совершенствования русского языка на основе квалифицированных научных рекомендаций.

Тема 1.3. Роль языковой нормы в становлении и функционировании

литературного языка.

Литературный язык - строго нормированная, обработанная, стилистически дифференцированная форма существования национального языка. Устная и письменная разновидности.

Языковая норма как совокупность стабильных и унифицированных языковых средств и правил их употребления, сознательно поддерживаемых обществом. Динамичность развития языка и изменчивость норм. Источники изменения норм (живая, разговорная речь, диалекты, просторечия, жаргоны, иностранные языки и др.). Норма и вариантность языковых единиц.

Обязательные (императивные), вариантные (диспозитивные) нормы. Типы норм. Акцентологические, орфоэпические, лексические, фразеологические, грамматические нормы современного русского литературного языка. Стилистические нормы как нормы выбора языковых средств в соответствии с целью, условиями общения и требованиями жанра. Орфографические и пунктуационные нормы.

Типы нормативных словарей, словари – справочники. Принципы работы со словарями и справочниками.

Интернет-ресурсы по русскому языку.

Раздел 2. Коммуникативная компетенция. Пути и способы её формирования.

Тема 2.1. Общение. Речь как деятельность.

Общение как социально-психологический механизм взаимодействия людей. Типы и виды общения. Основные единицы общения: речевое событие, речевая ситуация, речевое взаимодействие. Дискурс. Стратегии коммуникативного взаимодействия. Профессиональное общение и его составляющие. Роль лингвистической, коммуникативной, поведенческой компетенции в профессиональном общении. Коммуникативный портрет конкурентоспособного специалиста. Речь как деятельность. Виды речевой деятельности: чтение, аудирование, говорение, письмо. Устная и письменная речь: нормативные, коммуникативные, этические аспекты.

Жанры речи: монолог, диалог, полилог. Подготовленная, спонтанная речь. Стили: описание, повествование, рассуждение

Текст как единица речи. Жанры текстов: текст-побуждение (приказ, рекомендация), текст-ретроспекция и оценка (отчет, обзор, аннотация), контактоустанавливающие (поздравление, интервью, приглашение и т.д.); лингвистические и экстралингвистические средства организации текста. Текст и его логико-композиционные модели: "общее место", "род - вид", "целое - часть", "признаки, качества, функции", "сопоставление и противопоставление", модель "дерево" и другие смысловые схемы речи.

Тема 2.2. Стили современного русского литературного языка.

Функциональные стили современного русского языка. Стили как разновидности языка, закрепленные в данном обществе традицией за одной из

наиболее общих сфер социальной жизни. Отличия разновидностей языка в лексике, грамматике, фонетике. Три стиля современного русского литературного языка: а) нейтральный, б) книжный, в) разговорный.

Функциональные стили как исторически сложившиеся и социально осознанные системы речевых средств, используемых в той или иной сфере общения. Книжные функциональные стили: научный, официально-деловой, публицистический.

Разговорный стиль в системе функциональных разновидностей русского литературного языка. Условия функционирования устной речи: неофициальность, непринужденность, экспрессивность, отсутствие предварительного отбора языковых средств, автоматизм речи, обыденность содержания, диалогичность формы. Роль внеязыковых факторов: мимика, жесты, паузы, темп и тембр речи и т.д.

Взаимодействие функциональных стилей.

Тема 2.3. Научный стиль речи.

Общая характеристика научного стиля. Краткая история научного стиля. Особенности сферы научного общения. Речевые нормы учебной и научной сфер деятельности. Специфика использования элементов различных языковых уровней в научной речи. Языковые единицы научного стиля речи. Лексика научного стиля. Термин как основная понятийная единица научной сферы человеческой деятельности и основная лексическая составляющая научного стиля речи. Определение термина и терминологии. Морфология научного стиля. Особенности функционирования различных морфологических единиц в текстах научного стиля. Синтаксис научного стиля. Разновидности научного стиля речи. Жанры собственно научного и научно-информационного стилей речи. Научная речь как одна из наиболее богатых в жанровом отношении разновидностей русской речи. Описание научных текстов различных жанров, соответствующих разновидностям научного стиля. Логическая схема построения научных текстов. Научная статья и монография как оригинальные произведения исследовательского характера, относящиеся к собственно научному стилю. Доклад, диссертационная работа, курсовая и дипломная работа как собственно научные и учебно-научные жанры. Свойства текстов этих жанров. Структурно-смысловые компоненты текстов этих жанров. Типы заголовков. Реферат, аннотация, конспект, тезисы как основные жанры научно-информативного стиля речи. Общие свойства этих жанров как вторичных жанров речи. Понятие и определение реферирования и реферата. Требования к реферату. Типы рефератов. Структура реферата любого типа. Композиция реферата.

Понятие и определение аннотации. Особенности аннотации. Речевые клише, используемые в реферате и аннотации.

Учебно-научная речь как разновидность научной речи, имеющая особую сферу применения. Обучающая направленность высказывания как важнейшая особенность учебно-научной речи. Сообщение и ответ как жанры

устной монологической речи, их задачи. Структура ответа. Структура отличного ответа. Понятие языкового примера. Два типа объяснений примеров. Различные виды ответов. Ответ-анализ.

Тема 2.4. Официально-деловой стиль речи.

Официально-деловой стиль речи как функционально-коммуникативная разновидность современного русского языка. Подстили и сфера его функционирования.

Письменная деловая коммуникация. Язык деловых документов как письменная форма реализации официально-делового стиля: фонетико-графические, лексико-грамматические особенности. Языковые формулы официальных документов – устойчивые (шаблонные, стандартизированные) языковые обороты. Композиционные особенности деловых документов. Требования к составлению документов. Правила оформления документов. Стандартизация. Приемы унификации языка служебных документов. Клишированность. Бланки, реквизиты, условные обозначения, аббревиатура.

Классификация деловых документов по назначению (организационно-распорядительные и информационно-справочные), по характеру (личные, служебные) и др. Язык и стиль распорядительных документов, коммерческой корреспонденции, инструктивно-методических документов. Жанровое многообразие деловой документации: договор, контракт, акт, приказ, устав, положение, инструкция, решение, распоряжение, протокол, деловые письма и правила их составления. Интернациональные свойства русской официально-деловой письменной речи.

Речевой этикет в документе. Компьютерное письмо. Типичные ошибки в письменной деловой коммуникации.

Устная деловая коммуникация. Функции делового общения. Лингвистические и экстралингвистические особенности. Этикет делового общения. Тактики говорения и слушания в деловом общении.

Жанры устного делового общения и принципы развертывания произведений конкретных жанров: деловой разговор по телефону, деловая беседа, дискуссия, переговоры, круглый стол и др.

Принципы и приемы публичной деловой речи. Комплимент и критика в деловой коммуникации.

Реклама в деловой речи. Игровые техники в деловых рекламных текстах. Понятие коммуникативной эффективности рекламы. Текстовые и речевые приемы создания делового рекламного текста.

Тема 2.5. Публицистический стиль речи.

Устная публичная речь. Общая характеристика публицистического стиля. Специфические функции публицистического стиля - информационная и воздействующая. Социальные характеристики сфер применения публицистического стиля.

Отбор языковых средств в публицистическом стиле. Принципиальная неоднородность стилистических средств как главная языковая особенность

публицистического стиля. Языковые неологизмы. Тематические группы лексики. Использование эмоционально-оценочной лексики. Речевые ошибки, связанные с оценочной лексикой. Лексические категории в публицистическом стиле: особенности функционирования. Грамматические особенности стиля.

Жанровая дифференциация публицистической речи. Информационные, аналитические и художественно-публицистические жанры. Журнальные жанры. Особенности языка журналов. Жанры радиопередач. Телевизионные жанры. Речевые нормы жанров радио и телевидения. Жанры политической литературы (партийные программы, агитационные брошюры, автобиографии, воспоминания, сборники материалов).

Особенности и жанры устной публичной речи. Оратор и его аудитория. Основные виды аргументов.

Подготовка речи: выбор темы, цель речи, поиск материала, начало, развертывание и завершение речи. Основные приемы поиска материала, виды вспомогательных материалов. Словесное оформление публичного выступления. Правильность речи (орфографическая, орфоэпическая, грамматическая). Точность речи. Информативность. Выразительность. Чистота речи. Употребление иноязычных слов и терминов. Клише и штампы. Логичность речи. Предметная и понятийная логичность. Типичные ошибки в современной публицистической речи и пути их преодоления.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1. Русский язык и культура речи в зеркале современной языковой ситуации		
Тема1.1.	Культура речи как предмет изучения и как предмет обучения.	Работа в группе по выполнению задания преподавателя заданного в устной форме (Участие в дискуссии, устные ответы на вопросы, комментарии)
Тема 1.2.	Русский язык и общество	
Тема 1.3.	Роль языковой нормы в становлении и функционировании литературного языка.	
Раздел 2. Коммуникативная компетенция. Пути и способы её формирования.		
Тема 2.1.	Общение. Речь как деятельность.	Устный ответ на вопросы, публичные выступления
Тема 2.2.	Стили современного русского литературного языка	
Тема 2.3.	Научный стиль речи.	Работа в группе по выполнению задания преподавателя заданного в письменной форме (упражнения)
Тема 2.4.	Официально-деловой стиль речи.	
Тема 2.5.	Публицистический стиль речи.	Предоставление доклада в устном виде (выступление с презентацией)

Форма промежуточной аттестации: **зачет**.

4. Основная литература

1. Боженкова, Р. К. Русский язык и культура речи [Электронный ресурс] : учебник / Р. К. Боженкова. – Электрон. дан. - Москва : Флинта, 2011. – Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». - Режим дрступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83539>, требуется авторизация (дата обращения : 05.08.2016). – Загл. с экрана.
2. Веселкова, Т. В. Культура устной и письменной коммуникации [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Т. В. Веселкова, И. С. Выходцева, Н. В. Любезнова. — Электрон. дан. — Саратов : Вузовское образование, 2016. — 268 с. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/54473>, требуется авторизация (дата обращения : 05.08.2016). - Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет государственного и муниципального управления

Кафедра международных отношений и гуманитарного сотрудничества

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

КУЛЬТУРОЛОГИЯ

Б1.Б.10

не устанавливается

краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в публичной и частной
сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

формы обучения очная, заочная

Автор – составитель:

Доцент, кандидат филологических наук Н.В. Отургашева

Год набора – 2020

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать общекультурные компетенции студентов, включающие целостное представление о мировой культуре, ее базовых ценностях, о методах и формах их хранения, усвоения и передачи от поколения к поколению.

2. План курса:

Модуль 1. Теория культуры

Тема 1.1. Понятие и сущность культуры: основные подходы и определения

Структура и состав современного культурологического знания. Происхождение термина "культура", эволюция его смысловых значений, сфера употребления. Культура как система человеческой жизнедеятельности, ее качественная характеристика.

Основные понятия культурологии: культура, цивилизация, морфология культуры, язык и символы культуры, культурные коды, культурная картина мира, культурная самоидентичность. Соотношение понятий культуры и цивилизации, культуры и природы. Понятие локальной и глобальной цивилизации.

Многообразие подходов к определению культуры. Обыденное и теоретическое представления о культуре (философский, социологический, гуманитарный, культурно-антропологический подходы). Школы, направления и теории в культурологии как попытка осмысления сложного и многоаспектного феномена культуры. Культурология и философия культуры, культурная антропология. Теоретическая и прикладная культурология.

Тема 1.2. Структура и функции культуры

Нормативный характер культуры, культурные ценности и нормы. Духовное производство как создание, хранение, распространение и потребление культурных норм, ценностей, знаний и значений.

Функции культуры. Роль культуры в сохранении и передаче накопленного опыта. Культура как хранитель времени и памяти общества, культурные традиции.

Культурные механизмы социализации. Культура и личность. Инкультурация и социализация. Нормы, символы и значения как средства социализации человека на разных этапах его жизни. Роль этикета в разной социальной и культурной среде. Нормы поведения. Регулятивная функция культуры.

Коммуникативная функция культуры. Нормы как средство общения и сотрудничества людей. Культура и общество. Социальные институты культуры. Социология культуры.

Игровая функция культуры. Природа и значение игры. Игра и праздничное действие. Игра, театр, спорт как базовые ценности культуры.

Тема 1.3. Типология культур. Понятие культурно-исторического типа

Типы культурных изменений, динамика культуры. Циклические изменения в культуре. Культурный прогресс и его критерии. Законы развития культуры. Сочетание новаций и традиций как основание эволюции культуры. Значение внешних и внутренних факторов в формировании культуры. Значение культурного достояния, его содержание и механизмы сохранения. Охрана и использование культурного наследия в современных условиях. Культурно-исторические типы. Основные принципы классификации культур. Этническая и национальная культуры; восточные и западные типы культур; специфические и «срединные» культуры. Методы культурологических исследований. Типология культур. Кризис историзма и евроцентризма. Плюрализация историко-культурного процесса («культурно-исторические типы» Н.Я.Данилевского, «морфология культуры» О.Шпенглера, этнология Л.Н.Гумилева). «Столкновение цивилизаций» или «конец истории» (С. Хантингтон и Ф.Фукуяма).

Тема 1.4. Генезис культуры. Ранние формы культуры

Теории возникновения культуры. Орудийно-трудовая концепция происхождения культуры. Игровая деятельность как источник культуры. Символическая теория происхождения культуры.

Культурогенез. Первые исторические формы культуры. Культура первобытного общества. Анимизм, фетишизм, тотемизм, магия как формы существования первобытного знания. Культы и верования. Культура и религия. Ритуал как неотъемлемая часть космических событий и способ участия в них человека.

Синкретизм первобытной культуры. Своеобразие мифологического мышления. Структура, значение и функции мифа. Отражение мифа в фольклоре, искусстве и литературе последующих эпох.

Первобытное искусство как отражение чувственно-конкретного переживания мира.

Модуль (раздел) 2. История культуры

Тема 2.1. Культура традиционных обществ

Традиция как основание культуры древневосточных цивилизаций. Появление городов, письменности и раннегосударственных институтов. Образование и роль писца в трансляции культуры. Сакрализация культуры. Жречество.

Конфуцианско-даосистский и индо-буддийский типы культуры. Возникновение древнейших цивилизаций на Ближнем Востоке и особенности их социокультурного развития. Устойчивость, традиционность, каноничность как основные черты восточного типа культуры. Нормативный и ритуальный характер культуры. Традиционные ценности, составляющие основу культуры Древнего Китая, и их интерпретация в учениях древнекитайских мудрецов. Ограничение личностного начала социальными, государственными, ритуальными запретами. Значение этикета. Культ иероглифа, система образования. Конфуцианство, даосизм, буддизм как основные религиозно-философские системы Китая.

Социальные основы индо-буддийской духовной традиции и ее система ценностей. Место искусства в жизни человека и общества. Принцип «единства в многообразии». Индуизм. Буддизм: возникновение, судьба и мировое значение. Эстетический идеал индийской культуры. Эпос.

Синтоизм как основа духовной культуры Японии. Личность и общество. Самурайский кодекс поведения и его современные проявления. Культурная модернизация на национальной основе.

Тема 2.2. Культура античной цивилизации

Базовые ценности античной культуры: универсализм, гуманизм и гармония как ее мировоззренческие и формообразующие принципы.

Миф и античное сознание. Взаимопроникновение рационально-философского и художественно-образного мышления - источник цельности античной культуры. Полис в жизни античного человека. Становление рационального дискурса, отношение к личности, развитие науки.

Античная эстетика. Прекрасное как свойство меры и числа. Представление о человеческой красоте и ее воплощение в искусстве. Внешнее совершенство как проявление внутренней красоты. Искусство Древней Греции: театр, архитектура, скульптура.

Диалектика заимствованного и оригинального в культуре Древнего Рима. Практицизм и зрелищность римской культуры: образ жизни, праздники, искусство. Более высокая степень авторского самовыявления и субъективизма в искусстве.

Античная культура как типологическая целостность и ее отражение в зеркале иных культур.

Тема 2.3. Культура Средних веков

Хронологические границы Средневековья. Западная Европа и Древняя Русь как два типа средневековой культуры.

Социальная структура средневекового европейского общества. Корпоративизм. Трансформация городов и становление нового образа жизни.

Социокультурные предпосылки возникновения христианства и его ценностные ориентации. Развитие европейской средневековой культуры в духовном пространстве христианской религии. Античный и христианский тип личности. Особенности средневековой картины мира. Духовное измерение человека и бытия. Проблема символа и знака в средневековой культуре.

Многообразие художественных тенденций как отражение социальной неоднородности средневекового общества. Искусство и литература как выражение церковного и рыцарского идеалов.

Условия формирования культуры Древней Руси. Духовная культура древних славян. Русь и Византия. Значение православия для формирования государственного менталитета и национального самосознания. Крещение Руси как историко-культурное явление. Византийские традиции в древнерусской культуре: книжность, иконопись, церковное зодчество.

Тема 2.4. Культура эпохи Возрождения и Реформации

Среда, условия, истоки формирования ренессансной культуры, ее творцы и носители. Гуманизм как новая идеология, как поворот от Бога к Человеку. Соотношение гуманизма и индивидуализма в культуре Возрождения. Значение духовных ценностей античного мира.

Антропоцентризм культуры Возрождения. Ренессансный человек как носитель социокультурных ценностей и смыслов, как Творец культуры, мира и самого себя. Новая модель человека: универсализм и полнота бытия, гедонизм, авантюризм и предприимчивость. Искусство Возрождения как художественное самосознание культуры. Образ человека и мира в живописи и литературе. Развитие жанровой системы в искусстве, понятие и значение жанра в искусстве. Театр эпохи Возрождения. Реформация как обоснование индивидуализма и самостоятельности личности. Протестантская мораль и личность нового типа. Социокультурное значение Реформации. Искусство Северного Возрождения.

Тема 2.5. Культура Нового времени

Хронологические рамки и культурно-исторический смысл понятия "новое время" (XVII-XIX вв.). Основной вектор развития: рационализм - Просвещение - промышленное обновление. Культ разума в эпоху Просвещения. Понимание просвещения как двигателя социального прогресса, а культуры личности - как степени образованности. Особенности культуры Просвещения в странах Западной Европы. Просветительские идеи в литературе.

Наука как важнейшая форма общественного сознания. Организация профессиональной научной деятельности. Человек, природа, разум и идея прогресса в культуре XIX столетия. Городская культура. Художественные стили в культуре Нового времени: барокко, классицизм, рококо. Романтизм как оппозиция Просветительству. Культ поэта и поэзии. Человек и мир в искусстве романтизма. Основная культурная парадигма XIX века.

Тема 2.6. Русская классическая культура XVIII – XIX веков

Формирование и развитие светской культуры в России. Реформы Петра I в области культуры и их социокультурная обусловленность. Образование и просвещение как главные координаты духовной жизни. Начало демократизации культуры. Восток - Запад - Россия как историко-культурная проблема и ее современное значение для цивилизационного самоопределения современной России. Спор западников и славянофилов как фактор самоидентификации русской культуры.

Журналы и публицистика. Развитие науки и техники. Основание Академии наук и Московского университета. Появление профессионального театра. Просветительские идеи в литературе и искусстве. Живопись, скульптура, архитектура. Европейские культурные традиции и национальный художественный опыт. Формирование интеллигенции как специфически русского феномена социальной жизни. Русская общественная мысль XIX века. Художественная культура как вершина самосознания народа. Образ России и судьба человека как главные темы русского искусства.

Тема 2.7. Тенденции развития мировой культуры в XX - начале XXI в.в.

Процессы урбанизации, успехи научно-технической революции и их влияние на образ жизни человека. Революционность как тип культуры. Ускорение темпа жизни. Демографический взрыв. Информационный взрыв. Средства массовой коммуникации как механизм трансляции культуры. Их роль в становлении современного общества. Искусство модернизма как художественное выражение социокультурных сдвигов в обществе. Использование авангардного искусства дизайном, шоу-бизнесом, СМК.

Тенденции авторитаризма и тоталитаризма в культуре XX века. Антиутопия как реакция на разрушение гражданского общества. Массовая и элитарная культура. Феномен массовой

культуры: социальные и духовные характеристики, функциональная ориентация, апологетика и критика.

Интеграционные процессы и национальная специфика европейской культуры. Тенденции культурной универсализации в мировом современном процессе. Культура и глобальные процессы современности. Культурная самоидентичность и культурная модернизация. Межкультурные коммуникации как основа диалога культур. Проблема сохранения культурного наследия

Тема 2.8. Проблемы целостности русской культуры в XX - начале XXI в.в.

"Серебряный век" русской культуры. Русский модерн: символизм, акмеизм, футуризм. Нарастание кризиса в обществе и культуре.

Октябрьская революция и ее социокультурные последствия. Разрыв преемственности культуры. Формирование культуры русского зарубежья. Два пути русского искусства, два образа России как проявление глубоких противоречий и потрясений национальной культуры.

Попытки создания пролетарской культуры. Торжество функционального подхода к человеку, революционно-утопическая модель "новой" личности. Становление новой системы образования. Культурная революция, ликвидация неграмотности.

Тоталитаризм и культура. Новые проблемы в искусстве XX века: личность и система, художник и власть. Сложность и противоречивость советской культуры, ее значение для духовного опыта человечества.

Основные тенденции развития современной отечественной культуры. Оживление культурной деятельности, восстановление исторической памяти народа, возвращение эмигрантской и религиозной культуры. Преодоление культурной самоизоляции страны.

Причины кризисных явлений в современной культуре. Разрушение традиционных ценностей. Коммерциализация культуры. Понятие маргинальной культуры и причины ее формирования. Последствия слома нравственной парадигмы для социокультурной целостности российской цивилизации.

Культурная политика в России. Принципы и механизмы государственного управления культурой.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1. Теория культуры		
Тема1.1.	Понятие и сущность культуры: основные подходы и определения	Работа в группе по выполнению задания преподавателя заданного в устной форме (устные ответы на вопросы, доклады), письменные задания (терминологическая работа, эссе)
Тема 1.2.	Структура и функции культуры	
Тема 1.3.	Типология культур	
Тема 1.4.	Генезис культуры. Ранние формы культуры	
Раздел 2 История культуры		
Тема 2.1.	Культура традиционных обществ	Устный опрос. Подготовка и представление групповых презентаций.
Тема 2.2.	Культура античной цивилизации	
Тема 2.3.	Культура средних веков	Работа в группе по выполнению задания преподавателя заданного в устной форме (устные ответы на вопросы) Представление доклада в устном виде Выполнение контрольной работы и ее защита в форме выступления с презентационными материалами. Тестирование.
Тема 2.4.	Культура эпохи Возрождения и Реформации	
Тема 2.5.	Европейская культура Нового времени	
Тема 2.6.	Русская классическая культура XVIII – XIX вв.	
Тема 2.7.	Тенденции развития мировой культуры в XX - начале XXI в.в.	
Тема 2.8.	Проблемы целостности русской культуры в XX - начале XXI в.в.	

Форма промежуточной аттестации, отражающая результат формирования компетенций на уровне данной дисциплины – зачет.

4. Основная литература

1. Зубов, В. Е. Культурология : учеб. пособие для всех форм обучения по направлениям : 080400.62 - Упр. персоналом, 031600.62 - Реклама и связи с общественностью / В. Е. Зубов, Н. В. Отургашева ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Сиб. ин-т упр. - 2-е изд., испр. и доп. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2013. - 224 с. - То же [Электронный ресурс]. – Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. Ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа : <http://sapanet.ru>, требуется авторизация (дата обращения : 29.07.2016). - Загл. с экрана.
2. Садохин, А. П. Культурология [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А. П. Садохин, И. И. Толстикова. - Электрон. дан. – Москва : Юнити-Дана, 2015. - 296 с. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115388>, требуется авторизация (дата обращения : 29.07.2016). – Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
Факультет Политики и международных отношений
Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ГЛОБАЛИСТИКА

(Б1.Б.12)

не устанавливается

краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»
квалификация выпускника: бакалавр
форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор – составитель:

доцент, кандидат исторических наук, профессор А.Ю. Малышев

Новосибирск, 2019 г.

1. Цель освоения дисциплины:

Целью освоения дисциплины «Глобалистика» в соответствии с намеченными компетенциями УК ОС-1 (способность применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции) и УК ОС-9 (способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности) является формирование у студентов целостной и внутренне взаимосвязанной системы знаний о закономерностях развития человека, природы и общества, генезисе, практике и стратегических моделях их взаимодействия, подготовка выпускников к работе в условиях процессов глобализации современного общества.

2. План курса:

Изучение дисциплины предполагается в два модуля.

Модуль 1. Человек, природа и общество в глобальном мире

Тема 1.1 Геохронология развития мира

Тема 1.2 Антропогенез, эволюция и прогресс человечества.

Тема 1.3 Демографические аспекты эволюции и прогресса.

Тема 1.4 Урбанизация и евгеника как факторы развития

Тема 1.5 Этногенез, исторические формы общности людей.

Тема 1.6 Модели и теории геостратегического развития.

Модуль 2. Процессы глобализации: закономерности и проблемы развития

Тема 2.1 Глобализации: объективные факторы и конвертация ресурсов.

Тема 2.2 Технологические и экономические аспекты глобализации

Тема 2.3 Информация и информационные ресурсы. Интерлингвистика.

Тема 2.4 Гуманитарные последствия глобальной информационной революции.

Тема 2.5 Глобальная политика и новый мировой порядок.

Тема 2.6 Глобальные проблемы и альтернативы развития. Прогнозирование будущего.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Наименование раздела (модуля)	Форма текущего контроля ¹
Модуль 1 Человек, природа и общество в глобальном мире	Доклады, устные опросы, коллоквиум, ролевая игра, контрольная работа, тест
Модуль 2 Процессы глобализации: закономерности и проблемы развития	Доклады, рефераты, аналитическое задание, коллоквиум, тест.

Промежуточная аттестация осуществляется в виде экзамена.

4. Основная литература.

¹ Должно соответствовать табл. 1 рабочей программы дисциплины

1. *Андрианова, Т. В.* Глобальное мировоззрение [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Т. В. Андрианова. - Электрон. дан. — Москва : Директ-Медиа, 2014. - 281 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. – Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=222119>, требуется авторизация (дата обращения : 02.08.2016). - Загл. с экрана.
2. *Малышев, А. Ю.* Глобалистика: учеб. пособие / А. Ю. Малышев; РАНХиГС, Сиб. ин-т упр. – Новосибирск: Изд-во СибАГС, 2017. - 187 с.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет Политики и международных отношений

Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.Б.12 СОВРЕМЕННАЯ РОССИЙСКАЯ ПОЛИТИКА

по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, заочная

Год набора - 2020

Автор – составитель: Малышев Александр Юрьевич

доцент, кандидат исторических наук, профессор

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Целью освоения дисциплины Б1.Б.12. «Современная российская политика» в соответствии с намеченными компетенциями УК ОС-2 (*способность разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений*) и УК ОС-10 (*способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности*) является формирование у студентов стройной системы взглядов на политическую систему современной России, ее концепцию, структуру и механизмы нормативно-правового регулирования, особенности функционирования ее основных институтов, специфику различных политических и правовых процессов, структуру политических коммуникаций. Помимо теоретических знаний, программа ориентирована на получение практических навыков разработки проекта политических решений на основе оценки ресурсов и ограничений.

2. План курса:

Раздел 1. Российское государство в политическом процессе

Тема 1.1. Концептуальные основы политической системы Российской Федерации.

Политическая система современного российского общества и ее компоненты. Политическая власть, ее формы и механизмы. Политический режим.

Концепция современной модели российской государственности. Республиканское федеративное государство. Правовое и социальное государство. Модели взаимоотношения государств и общества.

Угрозы этатизма, политического монополизма и клерикализма.

Тема 1.2. Суверенитет, его сущность, признаки, субъектность, механизмы реализации

Понятие государственного суверенитета. Народный характер суверенитета. Экономические, культурные, правовые и политические признаки суверенитета - конституция, гражданство, валюта, границы, гимн, герб, флаг, язык, международная легитимация. Система защиты государственного суверенитета и возможности его добровольного ограничения.

Тема 1.3. Политическая демократия в России. Выборы и референдум.

Понятие демократии и ее характер. Непосредственная демократия и виды ее реализации в России. Механизмы инициации референдума и принципы его проведения. Собрания и сходы граждан.

Представительная демократия. Демократические требования к избирательному праву (всеобщность, равенство, тайность, прямизна, альтернативность) и их реализация в российском законодательстве. Избирательные цензы и их использование в российских условиях. Избирательные системы. Принципы ротации избранных лиц и ограничения по срокам пребывания в избранном качестве.

Принцип разделения властей, система сдержек и противовесов, субсидиарность власти.

Политическая элита и механизмы ее формирования.

Тема 1.4. Президент Российской Федерации и система его власти.

Место, роль функции и прерогативы Президента в системе государственной власти.

Законодательные функции Президента: законодательная инициатива, санкционирование законов и право вето.

Исполнительно-распорядительные функции Президента. Администрация, пресс-служба, полномочные представители Президента. Руководство Советом Безопасности. Кадровые полномочия Президента.

Судебно-надзорные функции Президента. Президент - гарант Конституции РФ, прав и свобод человека и гражданина. Право помилования.

Право Президента на роспуск Государственной Думы и право палат Федерального Собрания на отрешение Президента от должности (импичмент). Законодательные механизмы и условия этих действий.

Тема 1.5. Федеральное Собрание - Парламент Российской Федерации. Механизмы законодательного процесса.

Законодательная власть, ее функции и специфика. Структура Федерального Собрания РФ. Особенности построения верхней и нижней палат ФС РФ.

Парламентарии, депутатские иммунитеты, индемнитет, интерпелляция.

Руководящие и рабочие органы палат парламента. Система фракций, их влияние на формирования Совета Государственной Думы и ее комитетов и комиссий. Регламенты палат, кворум, относительное, абсолютное и квалифицированное большинство. Фракционная дисциплина и императивный мандат. Полномочия парламента.

Механизмы принятия законодательных решений. Выявление общественной потребности и законодательная инициатива. Основные стадии законодательного процесса. Право вето, механизмы согласования, промульгация.

Исключительные прерогативы палат парламента. Омбудсмен, вотум недоверия, амнистия, ратификация.

Тема 1.6. Система исполнительной власти в России.

Место и роль исполнительной власти в политической системе государства, ее функции и прерогативы. Структура, легислатура и губернатура Правительства РФ и его компетенция.

Основные организационные формы федеральных органов исполнительной власти. Министерства, их права и полномочия, роль коллегии; федеральные агентства и федеральные службы; федеральные фонды и иные рабочие органы при Правительстве РФ. Территориальные органы федеральных органов исполнительной власти.

Тема 1.7. Экономическая и финансовая политика государства.

Основные цели экономической политики. Использование различных экономических моделей в новейшей российской истории: план и рынок, «шоковая терапия» и градуализм, автаркия и интеграция, монополия и конкуренция, протекционизм и фритредерство. Опасности «дикого» рынка и задача формирования социально ориентированной экономики. Особенности перехода России к постиндустриальному обществу.

Роль финансов в современном государстве и проблемы денежных отношений. Основные источники формирования государственного бюджета. Налоговая

политика государства. Торговая политика в условиях членства в ВТО. Антиинфляционная политика и ее характер.

Тема 1.8. Социальная политика государства

Конституция РФ о социальном характере государства. Понятия социальной политики, социальной справедливости и социальной защищенности. Уровень и качество жизни.

Проблемы защиты трудовых прав, здравоохранения, образования, формирования культуры. Социальные проблемы молодежи. Федеральные целевые программы и национальные проекты как инструменты реформирования социальной сферы.

Тема 1.9. Политика обеспечения национальной безопасности России.

Понятие национальной безопасности и система органов ее обеспечения. Президент РФ - гарант конституционных прав граждан и верховного главнокомандующего. Роль Совета Безопасности РФ.

Внешняя безопасность и ее обеспечения средствами дипломатии и обороны. Геополитические интересы России. Министерство обороны РФ, Вооруженные силы, их виды. Основные направления военной реформы. Разведка и контрразведка. Система дипломатических органов и консульских учреждений.

Внутренние угрозы безопасности России: преступность, наркомания, терроризм, стихийные бедствия и техногенные аварии.

Министерство внутренних дел, его структура, роль и значение. Органы полиции. Национальная гвардия. Роль ФСБ в борьбе с преступностью. Министерство юстиции и его роль в формировании правового государства.

Тема 1.10. Органы судебного сообщества в политической системе РФ. Принципы правового государства

Судебная власть и правосудие. Судебная система в России. Федеральные суды и органы судебного сообщества.

Конституционный Суд РФ и конституционные суды (уставные палаты) субъектов федерации - прерогативы, полномочия, механизмы реализации решений.

Верховный Суд РФ и другие суды общей юрисдикции. Военная коллегия Верховного суда. Суды присяжных и их подсудность, вердикт. Мировые судьи. Система арбитражных судов в РФ. Третейские суды.

Принцип независимости судей и его практическая реализация. Роль органов дознания, следствия и обвинения в судебном процессе. Судебная состязательность, адвокатура, судебные приставы.

Проблемы совершенствования судебной системы и трудности в реализации судебной реформы.

Раздел 2. Государство и общество: модернизация политической системы.

Тема 2.1. Социальная стратификация и политический процесс

Социальная природа человека и причины образования социальных групп, их типология. Социальная стратификация современного российского общества.

Проблемы бедности и формирования среднего класса.

Закон N-распределения в социальных процессах. Политические аспекты процессов люмпенизации и маргинализации социальных страт.

Истоки и механизмы формирования современной политической элиты РФ. Легислукратия, электократия, бюрократия как составные компоненты политического класса в России. Партийно-политическая элита.

Способы общественного контроля за деятельности политической элиты.

Тема 2.2. Федерализм и национальная политика в России.

Принципы федерализма и их реализация в современных условиях. Пути складывание Российской Федерации и перспективы развития российского федерализма. Национальный вопрос и федеративность. Этническая карта России: многообразие форм этносов и видов реализации их интересов. Национальная государственность и автономия. Асимметричность Российской Федерации и проблема равноправия его субъектов.

Коренные малочисленные народы, национально-культурная автономия. Задачи развития нового регионализма, федеральные округа. Отношение к федерализму различных политических сил. Основные тенденции развития РФ: формирование российского суперэтноса и угрозы сепаратизма и этнократии.

Тема 2.3. Социально-политические аспекты становления гражданского общества в России

Понятие гражданского общества и дискуссии о его содержании. Генезис гражданского общества в России и причины замедленности процессов институализации.

Соотношение понятий «общественность», «гражданственность» и «гражданское общество». Развитие плюрализма, гражданской культуры и реципрокности россиян.

Нормативные, функциональные и экономические основы гражданского общества в России. Понятия, отличительные черты и организационно-правые формы общественных объединений, некоммерческих организаций, религиозных объединений. Профессиональные союзы, корпоративные объединения бизнеса, творческие союзы, научные ассоциации, поло-возрастные объединения. Понятие социально ориентированной НКО.

Государственные ограничения и формы регулирования институтов гражданского общества в современной России. Система государственной поддержки. Проблемы лоббизма. Место и роль общественных объединений в политической системе общества.

Тема 2.4 Политические партии и российская многопартийность

Понятие «политическая партия». Природа партий, генезис их образования, социальная база и социальный состав. Идеино-теоретические, политические, организационные и нравственные основы партийной деятельности. Функции партий в обществе.

Атрибуты политических партий: программные, уставные документы, организационная структура, членство. Классификация политических партий, принципы типологии.

Партийные системы. Законодательные рамки деятельности российских партий. Недопустимость идейного монополизма и механизмы конституционного обеспечения права на идейный плюрализм.

Роль политических партий в становлении демократического государства и гражданского общества.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Наименование раздела (модуля)	Форма текущего контроля
Модуль 1. Российское государство в политическом процессе	Доклады, устные опросы, коллоквиумы, ролевая игра, контрольная работа, тест
Модуль 2. Государство и общество: модернизация политической системы	Доклады, рефераты, аналитическое задание, тест.

Форма промежуточной аттестации: **экзамен.**

4. Основная литература.

1. *Актуальные проблемы парламентаризма в России*: учеб. пособие / П. А. Астафичев [и др.]; под ред. Г. Н. Комковой; М-во образования и науки РФ, Саратов. гос. ун-т им. Н. Г. Чернышевского, Юрид. фак. Каф. конституц. и муницип. права. - Москва: Проспект, 2015. - 166 с.
2. *Демократизация*: [учеб. пособие] / под ред. К. В. Харпфера, П. Бернхагена, Р. Ф. Инглхарта, К. Вельцеля; пер. с англ. под науч. ред. М. Г. Миронюка. - Москва: Изд. дом Высш. шк. экономики, 2015. - 708 с.: ил., табл. - (Переводные учебники ВШЭ).
3. *Малышев, А. Ю.* Современная российская политика: учеб. пособие / А. Ю. Малышев; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Сиб. ин-т. - 7-е изд., испр. и доп. - Новосибирск: Изд-во СибАГС, 2012. - 234 с. – То же [Электронный ресурс]. – Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа: http://www.sapanet.ru/UMM_1/2966/srp_up_12.pdf, требуется авторизация (дата обращения: 03.08.2017). - Загл. с экрана.
4. *Основы теории политических партий*: учеб. пособие / А. Ю. Ашкерov [и др.] [науч. ред. С. Е. Заславский]. - Москва: Европа: КДУ, 2013. - 262 с.
5. *Политика. XXI век. Инновационные технологии* [Электронный ресурс] / М. Г. Анохин, М. А. Бочанов, А. М. Ваховский, В. А. Глебов. - Электрон. дан. - Москва: Рос. ун-т дружбы народов, 2013. - 436 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=226453>, требуется авторизация (дата обращения: 03.08.2017). - Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет Политики и международных отношений

Кафедра информатики и математики

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Математика и статистика

(Б1.Б.14)

не устанавливается

краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки 43.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор – составитель:

Старший преподаватель кафедры информатики и математики

Колыман Елена Николаевна

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области владения знаниями, умениями и способностью применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции

План курса:

Раздел 1. Дифференциальное исчисление

Тема 1.1 Множества. Операции над множествами

Понятие множества. Способы задания множеств. Операции над множествами. Понятие подмножества. Основные типы подмножеств в $\mathbb{R}$.

Тема 1.2. Функции действительных переменных

Понятие отображения и функций. Область значений и область определения. Элементарные функции.

Тема 1.3. Непрерывность функции

Непрерывность функции. Разрывы и их классификация. Проверка функций на непрерывность. Поиск и анализ точек разрыва.

Тема 1.4. Производная

Понятие производной. Геометрический смысл производной. Производные от элементарных функций. Производная от сложной функции. Свойства производной. Вычисление производной.

Тема 1.5. Приложения производной

Возрастание и убывание функций. Экстремумы функций и их классификация. Теорема Ферма. Алгоритмы исследования поведения для гладкой, непрерывной и произвольной функции. Теорема Ролля. Теорема Лагранжа. Теорема Коши. Теоремы Лопиталя. Понятие дифференциала функции. Геометрический смысл дифференциала. Применение дифференциала в приближенных вычислениях.

Тема 1.6. Функции от нескольких переменных

Понятие функции нескольких переменных. Примеры функций нескольких переменных. Понятие непрерывности. Понятие частной производной первого и более высокого порядка. Понятие градиента и полного дифференциала.

Раздел 2. Интегральное исчисление

Тема 2.1. Неопределенный интеграл

Понятие первообразной и неопределенного интеграла Таблица неопределенных интегралов от элементарных функций. Свойство линейности интеграла. Правила интегрирования. Замена переменных и линейная подстановка в неопределенном интеграле. Формула интегрирования по частям.

Тема 2.2. Определенный интеграл

Определенный интеграл. Геометрический смысл. Свойства определенного интеграла. Интеграл как функция верхнего предела. Формула Ньютона-Лейбница. Интегрирование по частям и замена переменных в определенном интеграле. Вычисление определенных интегралов.

Тема 2.3. Несобственный интеграл

Вычисление интегралов с бесконечным пределом интегрирования (несобственный интеграл первого типа). Вычисление интегралов от функций, разрывных на отрезке интегрирования (несобственный интеграл второго типа).

Раздел 3. Линейная алгебра и аналитическая геометрия

Тема 3.1. Операции над матрицами

Определение матрицы. Операции над матрицами. Классификация матриц

Тема 3.2. Определитель матрицы

Определитель 2-го и 3-го порядка. Вычисление определителей. Свойства определителей. Определители высших порядков.

Тема 3.3. Обратная матрица

Понятие обратной матрицы. Методы нахождения обратной матрицы.

Тема 3.4. Ранг матрицы

Определение ранга матрицы. Способы нахождения ранга. Свойства ранга.

Тема 3.5. Решение систем линейных алгебраических уравнений

Определение линейного алгебраического уравнения и системы уравнений. Понятие решения уравнения и системы уравнений. Определение совместной, несовместной, определенной, неопределенной, однородной и неоднородной системы уравнений. Эквивалентные системы. Запись матрицы системы и расширенной матрицы системы. Решение систем 2×2 и 3×3 методом Гаусса. Понятие совместности. Теорема Кронекера-Капелли. Решение систем однородных уравнений. Нахождение фундаментальной системы решений. Решение систем с неквадратными матрицами.

Тема 3.6. Аналитическая геометрия на плоскости

Определение декартовой и полярной систем координат. Основные направления использования данных систем координат. Определение вектора. Линейные операции над векторами. Скалярное произведение векторов. Прямая на плоскости. Плоскость. Прямая в пространстве. Прямая и плоскость в пространстве. Линии первого и второго порядка. Окружность. Эллипс. Гипербола. Парабола.

Раздел 4. Теория вероятностей и математическая статистика

Тема 4.1. Классическая вероятность и основные теоремы

Элементы комбинаторики. Элементарные и составные события. Пространство элементарных событий. Достоверные, невозможные, противоположные и несовместные события. Вероятностное дискретное пространство. Классическая схема вычисления вероятностей. Теорема сложения для совместных и несовместных событий. Условная вероятность. Теорема умножения вероятностей. Независимость событий.

Тема 4.2. Полная вероятность. Формула Байеса и Бернулли

Понятие полной группы событий. Система гипотез. Формула полной вероятности. Формула Байеса. Схема испытаний Бернулли.

Тема 4.3. Понятие случайной величины. Числовые характеристики

Определение случайной величины. Классификация. Действия над случайными величинами. Основные числовые характеристики случайной величины: математическое ожидание и дисперсия случайной величины и их свойства.

Тема 4.4. Дискретные случайные величины и основные законы распределения

Дискретная случайная величина. Определение дискретной случайной величины. Способы задания дискретной случайной величины. Основные законы распределения дискретной случайной величины: распределение Бернулли, биномиальное распределение, распределение Пуассона, геометрическое и гипергеометрическое распределение.

Тема 4.5. Непрерывные случайные величины и основные законы распределения

Интегральная и дифференциальная функция распределения и их свойства. Непрерывная случайная величина и основные законы распределения: равномерное распределение, нормальное распределение, χ^2 – распределение, распределение Стюдента и Фишера. Стандартизированная (нормированная) случайная величина. Функция Лапласа. Использование статистических таблиц для вычисления значений функций распределения. Локальная теорема Лапласа. Интегральная теорема Муавра-Лапласа.

Тема 4.6. Вариационный ряд. Описательные статистики. Гистограмма

Основные задачи математической статистики. Выборка и способы ее представления. Вариационный ряд и статистическое распределение выборки. Графическое изображение статистического распределения. Полигон, гистограмма, эмпирическая функция распределения (функция накопленных частот). Выборочные средние и методы их расчета (выборочное среднее, дисперсия, исправленная выборочная дисперсия, мода, медиана).

Тема 4.7. Точечные и интервальные оценки. Основные типы задач

Точечные оценки. Основные виды точечных оценок. Свойства точечных оценок: несмещенность, состоятельность, эффективность. Интервальные оценки. Определение доверительного интервала. Построение доверительного интервала для математического ожидания и дисперсии нормально распределенной генеральной совокупности.

Тема 4.8. Проверка основных видов статистических гипотез

Основные понятия статистической проверки гипотез. Виды статистических гипотез. Алгоритм проверки статистических гипотез. Ошибки первого и второго рода. Проверка гипотезы о равенстве дисперсии нормально распределенной генеральной совокупности некоторому значению. Проверка гипотезы о равенстве генеральной средней нормально распределенной генеральной совокупности некоторому значению. Проверка гипотезы о виде распределения генеральной совокупности.

2. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1	Дифференциальное исчисление	Выполнение заданий контрольной работы
Тема 1.1	Множества. Операции над множествами	
Тема 1.2	Функции действительных переменных	
Тема 1.3	Непрерывность функции	
Тема 1.4	Производная	
Тема 1.5	Приложения производной	
Тема 1.6	Функции от нескольких переменных	
Раздел 2	Интегральное исчисление	Выполнение заданий контрольной работы
Тема 2.1	Неопределенный интеграл	
Тема 2.2	Определенный интеграл	
Тема 2.3	Несобственный интеграл	
Раздел 3	Линейная алгебра и аналитическая геометрия	Выполнение заданий контрольной работы
Тема 3.1	Операции над матрицами	
Тема 3.2	Определитель матрицы	
Тема 3.3	Обратная матрица	
Тема 3.4	Ранг матрицы	
Тема 3.5	Решение систем линейных алгебраических уравнений	
Тема 3.6	Аналитическая геометрия на плоскости	
Раздел 4	Теория вероятностей и математическая статистика	Выполнение заданий контрольной работы
Тема 4.1	Классическая вероятность и основные теоремы	
Тема 4.2	Полная вероятность. Формула Байеса и Бернулли	
Тема 4.3	Понятие случайной величины. Числовые характеристики	
Тема 4.4	Дискретные случайные величины и основные законы распределения	
Тема 4.5	Непрерывные случайные величины и основные законы распределения	
Тема 4.6	Вариационный ряд. Описательные статистики. Гистограмма	
Тема 4.7	Точечные и интервальные оценки. Основные типы задач	

Тема 4.8	Проверка основных видов статистических гипотез

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – зачет, экзамен.

3. Основная литература.

1. Балдин, К. В. Математика [Электронный ресурс] : учеб. пособие / К. В. Балдин, В. Н. Башлыков, А. В. Рукоусев. - Электрон. дан. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 543 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114423>, требуется авторизация (дата обращения : 02.11.2016). - Загл. с экрана.

2. Рапоцевич Е.А. Теория вероятностей и математическая статистика: учеб. пособие / Е.А.Рапоцевич; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Сиб. ин-т. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2013. - 96 с. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Б-ки электрон. изд. / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа : <http://www.sapanet.ru>, требуется авторизация (дата обращения : 02.11.2016). - Загл. с экрана

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИНФОРМАТИКА

(Б1.Б.15)

КТиИ

краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор – составитель:

преподаватель кафедры информатики и математики Н.С.Бунтова

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

ОПК-6 - способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

ОПК ОС-7 - способность применять навыки визуальных и цифровых коммуникаций.

2. План курса:

Раздел 1. Теоретические аспекты информационных технологий

Тема 1.1. Информационные технологии: основные понятия и классификация.

Информационная технология (ИТ): определение и структура. Информационная технология как основа ИС. Обеспечение информационных технологий (информационное, техническое, программное, правовое и др.). Классификация ИТ, используемых для обеспечения управленческой деятельности. Современные информационные технологии в менеджменте.

Обзор рынка информационных технологий в менеджменте. Тенденции развития информационных технологий в управленческой деятельности. Интернет-технологии как инфраструктура для ведения электронного бизнеса. Информационная система (ИС): определение, структура и классификация. Обеспечение информационных систем (информационное, программное, техническое, правовое и др.).

Тема 1.2. Библиотечные системы и базы данных.

Обзор библиотечных систем и баз данных. Поиск информации в Главном электронном каталоге библиотеки, Базе данных статей, электронных библиотечных системах. Поиск информации в открытых образовательных и информационных базах данных. Библиографическое описание документов. Библиографические ссылки и списки использованных источников в соответствии с ГОСТами. Работа с базами данных.

Раздел 2. Практические аспекты применения информационных технологий в менеджменте

Тема 2.1. Технологии обработки текстовой информации.

Общие сведения о текстовом редакторе Microsoft Word: назначение, виды, особенности интерфейса. Форматирование и редактирование документов. Стилизовое оформление документа. Простые и многоуровневые списки. Работа с разделами документа. Создание колонтитулов, гиперссылок, таблиц. Построение схем с помощью автофигур и организационных диаграмм.

Тема 2.2. Технологии обработки табличной информации.

Общие сведения о табличном процессоре Microsoft Excel: назначение, виды, особенности интерфейса. Форматирование и редактирование данных в электронных таблицах. Работа с формулами. Использование специальных функций для статистической обработки и анализа результатов. Методы анализа и расчетов на основе баз данных: сортировка данных, установка фильтров, структурирование и группировка данных, формирование итогов, работа со свободными таблицами. Графическое представление данных с помощью диаграмм.

Тема 2.3. Инструментальные средства обработки графической информации. Графические редакторы.

Понятие векторной и растровой графики. Средства и технологии работы с графикой. Форматы графических файлов. Графические редакторы: назначение, виды, различие в принципах работы, особенности интерфейса. Создание и редактирование графических объектов средствами графических редакторов: инструменты рисования объектов; инструменты редактирования рисунка; палитра цветов; текстовые инструменты; масштабирующие инструменты. Создание логотипа и других элементов имиджа и фирменного стиля компании средствами графических редакторов.

Раздел 3. Сетевые технологии и Интернет в рекламе и PR-деятельности

Тема 3.1. Использование технологий и сервисов сети Интернет в сфере рекламы и PR-деятельности

Глобальная компьютерная сеть Интернет: основные понятия и определения. Информационное пространство сети Интернет. Структура и система адресации (IP-адреса и доменные имена). Протокол передачи данных TCP/IP. Способы организации хранения и передачи информации в Интернет. Технологии и сервисы Интернет: WWW-технология, электронная почта, видеоконференции, FTP-сервис и др. Организация поиска информации в Интернет (поисковые системы, язык запросов).

Тема 3.2. Компьютерные сети: основная терминология, классификация и топология.

Компьютерные сети: основные понятия и определения. Назначение и классификация компьютерных сетей. Топология компьютерных сетей. Характеристика процесса передачи данных в компьютерных сетях.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1	Теоретические аспекты информационных технологий	
Тема 1.1	Информационные технологии: основные понятия и классификация	Подготовка докладов в виде презентации
Тема 1.2	Библиотечные системы и базы данных	Подготовка докладов в виде презентации,

		Выполнение практического задания в электронном виде
Раздел 2	Практические аспекты применения информационных технологий в менеджменте	
Тема 2.1	Технологии обработки текстовой информации.	Выполнение практического задания в электронном виде
	Выполнение контрольной работы	Выполнение контрольной работы в электронном виде
Тема 2.2	Технологии обработки табличной информации.	Выполнение практического задания в электронном виде
	Выполнение контрольной работы	Выполнение контрольной работы в электронном виде
Тема 2.3	Инструментальные средства обработки графической информации. Графические редакторы.	Выполнение практического задания в электронном виде
	Выполнение контрольной работы	Выполнение контрольной работы в электронном виде
Раздел 3	Сетевые технологии и Интернет в рекламе и PR-деятельности	
Тема 3.1	Использование технологий и сервисов сети Интернет в сфере рекламы и PR-деятельности	Подготовка докладов в виде презентации, Выполнение практического задания в электронном виде
Тема 3.2	Компьютерные сети: основная терминология, классификация и топология.	Подготовка докладов в виде презентации
	Выполнение контрольной работы	Выполнение контрольной работы в электронном виде

Форма промежуточной аттестации: **экзамен.**

4. Основная литература

1. Выжигин, А. Ю. Информатика и программирование [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А. Ю. Выжигин. — Электрон. дан. — Москва : Моск. гуман. ун-т, 2012. — 294 с. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/14517>, требуется авторизация (дата обращения : 02.08.2016). - Загл. с экрана.
2. Грошев, А. С. Информатика [Электронный ресурс] : учебник для вузов / А. С. Грошев. - Электрон. дан. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 484 с. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428591>, требуется авторизация (дата обращения : 02.08.2016). — Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ВВЕДЕНИЕ В СПЕЦИАЛЬНОСТЬ (Б1.Б.16)

не устанавливается

краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор – составитель:

к.и.н. доцент кафедры ПНиТ

М.П. Беленко

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

ОПК-1 - Способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.

УК СО-3 - Способность вести себя в соответствии с требованиями ролевой позиции в командной работе.

2. План курса:

Раздел 1. Введение в специальность

Тема 1.1. Реклама и связи с общественностью в ряду профессий

Профессия – как исторически сложившаяся форма деятельности. Профессия как система задач, форм и видов деятельности, профессиональных особенностей личности, могущих обеспечить удовлетворение потребностей общества. Акмеология – область знаний об условиях достижения взрослым человеком высокого уровня продуктивности профессиональной деятельности. Профессия и специализации. РиСО – профессия, но не должность. «Трудовые посты» в РиСО: виды должностей и специализаций. Множественность профессиональных ролей, универсализм профессии. Подходы к классификации профессий: 1) содержание труда (характеристика объекта труда), 2) характер требований к психике человека (характеристика субъекта труда). Компоненты модели специалиста в акмеологии: профессиограмма, профессионально-должностные требования, квалификационный профиль. Профессиограмма: трудограмма (описание труда в профессии) и психограмма (описание человека в профессии).

Тема 1.2. Трудограмма специалиста по РиСО

Предмет труда в РиСО: информация, индивидуальное или общественное сознание людей? Продукт труда специалиста по РиСО и его результат: качественные и количественные изменения, которые человек привносит в предмет труда. Сочетание индивидуального творчества с коллективным характером деятельности. Виды профессиональных действий. Многообразие объектов отражения и источников информации. Средства труда: технические, знаковые средства, правила логического мышления, моральной и эстетической оценки и др. Условия труда: режим труда и отдыха, характеристика социального окружения, темп, нагрузка. Организация и кооперация труда: формы индивидуальной и совместной деятельности. Особенности работы в творческих коллективах. Позитивные стороны

профессии: возможность личностной самореализации, векторы и возможная динамика внутреннего роста. Негативные стороны профессии: типы трудностей и ошибок, возможные материальные и нравственные потери, наличие экстремальных и стрессовых ситуаций, резкая смена ситуаций, информационная перегрузка.

Тема 1.3. Психограмма специалиста по РиСО

Психограмма как обобщенная эталонная модель успешного специалиста. Ориентировочная основа развития специалиста. Профессионализм и компетентность. Компетентность – индивидуальная характеристика степени соответствия требованиям профессии. Виды профессиональной компетентности: специальная, социальная, личностная, индивидуальная. Психологические качества, желательные для работы в РиСО, общения, преодоления экстремальных ситуаций в труде. Волевые и эмоциональные сферы в деятельности. Ценностные ориентации и психологические противопоказания (то есть психические качества плохо совместимые с профессией), качества, отсутствие которых может быть компенсировано. Тренируемость некоторых психологических качеств. Модификация общей модели для различных специализаций внутри РиСО.

Тема 1.4. Мотивационная сфера специалиста по РиСО

Профессиональные планы, притязания, ожидания. Индивидуальная компетентность как мотивация достижения, ресурс успеха. Самомотивирование. Мотивы и мотивация. Мотивационная сфера профессионализма: профессиональные ценности в РиСО (увлеченность смыслом профессии, ее направленностью на благо людей), понимание значения профессии, владение этическими нормами, целеполагание, смыслотворчество в профессии, построение собственного сценария профессиональной жизни (гармоничное прохождение всех этапов профессионализации), мотивация к профессиональному росту, повышению квалификации, удовлетворенность трудом как осознание соответствия своего уровня притязаний. Внутренний локус профессионального контроля: поиск причин успеха – неуспеха в самом себе и в профессии, умение даже из неудач сделать источник роста. Мотивы профессиональной деятельности: мотивы понимания предназначения профессии, деятельностно процессуальные мотивы, деятельностно результативные мотивы, мотивы профессионального общения, мотивы сотрудничества в профессии, мотивы межличностного общения, мотивы развития и самореализации в профессии. Внешняя детерминация: заработок, условия труда в конкретной организации. Неконструктивная мотивация: избегание неприятностей, индивидуалистическое самосовершенствование без направленности на благо других, стремление к власти.

Тема 1.5. Профессионализм и этика в РиСО

Требования ранней профессионализация (до получения диплома). Психологические этапы на пути к профессионализму. Непрофессионализм в РиСО: искаженные нормы, неэффективная деятельность, деформация личности. Послепрофессионализм. Две стороны профессионализма: состояние мотивационной сферы и состояние операциональной сферы. Группы критериев для описания профессионализма: результативные и процессуальные, объективные и субъективные, качественные и количественные. Операциональная сфера профессионализма: знания о труде, образ профессионала, профессиональная обученность, обучаемость, умелость, результативность труда, психологическая цена результатов, работоспособность, достижение статуса, приемы профессионального роста, владение несколькими видами деятельности в профессии, способы адаптации к экстремальным условиям. Творчество и инновации в РиСО.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1	Теоретические основы имиджа	
Тема 1.1	Реклама и связи с общественностью в ряду профессий	Устные ответы на вопросы, написание доклада
Тема 1.2	Трудограмма специалиста по РиСО	Устные ответы на вопросы
Тема 1.3	Психограмма специалиста по РиСО	Устные ответы на вопросы
Тема 1.4	Мотивационная сфера специалиста по РиСО	Устные ответы на вопросы
Тема 1.5	Профессионализм и этика в РиСО	Написание контрольной работы

Форма промежуточной аттестации: **зачет**.

4. Основная литература

1. Марочкина, С. С. Введение в специальность: реклама [Электронный ресурс] : учеб. пособие / С. С. Марочкина, Л. М. Дмитриева, Е. В. Азарова. – Электрон. дан. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 239 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114757>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2016). – Загл. с экрана.
2. Наумова, А. В. Реклама в коммуникационном процессе : учеб. пособие для студентов всех форм обучения по специальности 030602.65 - Связи с общественностью / А. В. Наумова ; Федер. агентство по образованию, Сиб. акад. гос. службы. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2010. – 201 с. – То же [Электронный ресурс]. – Доступ из Б-ки электрон. изд. / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – режим доступа :

http://siu.ranepa.ru/UMM_1/2416/rkp_up_11.pdf, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2016). – Загл. с экрана.

Факультет политики и международных отношений
Кафедра политических наук и технологий

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ДИСЦИПЛИНЫ**

**ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ
(Б1.Б.17)**

ОТК

краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в публичной и частной
сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор-составитель:

канд. филол. наук, доцент кафедры политических наук
и технологий Зими́на Л.О.

Новосибирск, 2019 г.

1. Цель освоения дисциплины: сформировать компетенции в области основ теории коммуникации.

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ОПК-3	Обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга.	ОПК-3.2	Способен применять специальные профессиональные знания в области коммуникологии при создании текстов рекламы и связей с общественностью.
ОПК-6	Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.	ОПК-6.2	Способность использовать теоретические представления о социальной коммуникации как организованной совокупности информационных потоков, на основе теоретических знаний решать профессионально ориентированные задачи электронными средствами.

2. План курса

Раздел 1. Основные понятия теории коммуникации

Тема 1.1. Предмет, цели и задачи курса «Основы теории коммуникации»

Коммуникация как объект научного исследования. Проблема предмета теории коммуникации. Исследование коммуникации в философии, социальной психологии, лингвистике, культурологии, биологии. Н. Луман о роли коммуникации в современном обществе. Коммуникация как социальное и природное явление. Структура коммуникативного знания и уровни обобщения коммуникативного знания.

Специфика законов и категорий теории коммуникации. Роль коммуникации в информационном обществе. Понятие "общение", "коммуникация", "речевая деятельность". Методологический аспект. Основные значения коммуникации. Место теории коммуникации в системе социологического знания. Проблематика коммуникации как единая взаимосвязанная система.

Исторические вехи возникновения коммуникации в социуме. Антропосоциогенезис и социальная коммуникация. Механизмы имитации и интердикции на самых ранних этапах развития предка человека в качестве регуляторов взаимодействия. Механизмы суггестии и контрсуггестии. Возникновение письменности. Книгопечатание. Возникновение и развитие электронной коммуникации.

Тема 2.2. Основные этапы развития теории коммуникации

Проблемы коммуникации в истории социально-философской мысли. Проблема коммуникации в античной культуре. Риторика и этика. Растворенность индивидуального

существования в коллективности полисной общины. Коммуникативная проблематика в христианской и новоевропейской культуре. Гомилетика. Гуманистическое мирозерцание Возрождения и Нового времени. Современные концепции коммуникации. Подходы технократического и интеракционного характера. Теории массовой коммуникации.

Тема 1.3. Методы исследования и анализа коммуникации

Коммуникативные процессы и моделирование. Системный подход в теории коммуникации. Использование сравнительно-исторического метода для понимания различных периодов развития явлений, имеющих общие основания. Методы социологических исследований и коммуникативный процесс.

Анализ коммуникации. Понятие контент-анализа. Коммуникативные процессы и моделирование. Системный подход в теории коммуникации. Использование сравнительно-исторического метода для понимания различных периодов развития явлений, имеющих общие основания. Методы социологических исследований и коммуникативный процесс.

Тема 1.4. Коммуникативный процесс

Коммуникативный процесс: производство информации, мультипликация, распространение, прием, использование информации. Специализированной и массовой коммуникации. Сообщение (информация), код, канал.

Факторы и барьеры коммуникации: психологические, языковые, социальные. Понятие эффективности коммуникации. Характеристики эффективности СМК.

Темы 1.5. Субъекты коммуникации

Коммуникатор, содержание, аудитория как составные части коммуникативной цепи, влияние каждого звена на эффективность коммуникации. Фигура коммуникатора: индивидуальное и институциональное в коммуникаторе. Престижность, надежность, доверительность как факторы общения с конкретным коммуникатором. Аудитория коммуникации, ее виды, психология аудиторий: объективные и субъективные характеристики. Коммуникативная компетентность в системе профессиональной подготовки специалиста.

Раздел 2. Виды коммуникации

Тема 2.1. Вербальная коммуникация

Средства коммуникации. Место естественного языка среди других знаковых систем. Соотношение «язык — речь». Речевое общение как способ коммуникации. Функции речи. Речь как способ передачи информации. Типы дискурсов. Моделирование дискурса: ментальная модель, фреймы, сценарии. Возможности вербального воздействия на человека.

Тема 2.2. Невербальная коммуникация

Информация как передача когнитивной, волюативной и экспрессивной структуры; влияние на содержание сферы производства информации и сферы ее потребления. Невербальные средства коммуникации.

Тема 2.3. Семиотика

Содержание коммуникации, понятие языка коммуникации; семиотика языка: синтактика, прагматика, семантика коммуникации, синтаксис коммуникативного акта. Семиотика коммуникативного. Понятие знака. Типология знаков. Знак как средство передачи информации различного рода: компоненты значения знака. Синтактика, семантика, прагматика как основные отношения знаков. Семиотические особенности различных коммуникативных систем.

Тема 2.4. Формы речевой коммуникации

Диалог. Монолог. Спор как разновидность речевой коммуникации. Стратегия и тактика аргументации. Убеждение и внушение как способы коммуникативного воздействия на аудиторию.

Тема 2.5. Устноречевая и письменноречевая коммуникация

Свойства и ситуативная обусловленность устноречевой коммуникации. Виды устноречевой коммуникации. Умение говорить. Умение слушать. Обратная связь в говорении и слушании. Применение умений говорения и слушания для повышения эффективности коммуникации

Письменноречевая коммуникация. Письменноречевая коммуникация: свойства, виды и функции. Навыки и умения письма и чтения. Речевое воздействие письменной информации. Типы фиксации письменноречевых произведений. Реализация синтеза речевых умений разных видов в учебно-научной и профессиональной коммуникации.

Раздел 3. Уровни коммуникации

Тема 3.1. Межличностная коммуникация

Коммуникативная личность как составная часть аудитории коммуникации. Особенности межличностной коммуникации. Сущность и функции межличностной коммуникации. Особенности межличностной коммуникации в малых группах.

Тема 3.2. Коммуникация в малой группе

Специфика коммуникация в малых группах. Понятие, виды и функции коммуникации в малой группе. Структура и динамика коммуникации в малой группе. Прагматика коммуникации в малых группах

Тема 3.3. Массовая коммуникация

Сущность функции и особенности массовой коммуникации. Моделирование массовой коммуникации, особенности структурных элементов массовой коммуникации. Средства массовой коммуникации.

Раздел 4. Профессионально-ориентированная коммуникация

Тема 4.1. Публичная коммуникация

Публичная коммуникация и ее формы. Жанры публичной коммуникации. Устная публичная учебная коммуникация. Деловая коммуникация. Публицистическая коммуникация.

Тема 4.2. Политическая коммуникация

Определение политической коммуникации. Электоральная коммуникация. Модели политической коммуникации. Маркетинговые и немаркетинговые коммуникации.

Тема 4.3. Синтетические виды коммуникации

Особенности передачи информации: одновременное распространение по разным каналам, синтезирование разнородных средств коммуникации. Специфика коммуникации в изобразительном искусстве, архитектуре, танце, музыке, театральном искусстве, литературе. Коммуникативные системы кино и телевидения. Мифологическая и художественная коммуникации. Возможности воздействия на аудиторию через синтетические виды коммуникации.

Тема 4.4. Межкультурная коммуникация

Понятие межкультурных коммуникаций. Социально-психологические сценарии поведения в различных культурах. Основные принципы межкультурной коммуникации.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1. Основные понятия теории коммуникации		
Тема 1.1.	Введение. Предмет, цели и задачи курса	Устные ответы на вопросы, комментарии
Тема 1.2.	Основные этапы развития теории коммуникации	Выступление с докладом в устной форме и презентацией
Тема 1.3.	Методы исследования и анализа коммуникации	Собеседование преподавателя и студента по заранее

		подготовленной теме
Тема 1.4	Коммуникативный процесс	Устные ответы на вопросы, комментарии
Тема 1.5.	Субъекты коммуникации	Выполнение теста
Раздел 2. Виды коммуникации		
Тема 2.1.	Вербальная коммуникация	Устные ответы на вопросы, комментарии
Тема 2.2.	Невербальная коммуникация	Выступление с докладом в устной форме и презентацией
Тема 2.3.	Семиотика	Собеседование преподавателя и студента по заранее подготовленной теме
Тема 2.4.	Формы речевой коммуникации	Выполнение теста
Тема 2.5.	Устноречевая и письменноречевая коммуникация	Выступление с докладом в устной форме и презентацией
Раздел 3. Уровни коммуникации		
Тема 3.1.	Межличностная коммуникация	Выступление с докладом в устной форме и презентацией
Тема 3.2.	Коммуникация в малой группе	Устные ответы на вопросы, комментарии
Тема 3.3.	Массовая коммуникация	Выполнение теста
Раздел 4. Профессионально-ориентированная коммуникация		
Тема 4.1.	Публичная коммуникация	Устные ответы на вопросы, комментарии
Тема 4.2.	Политическая коммуникация	Выступление с докладом в устной форме и презентацией
Тема 4.3.	Синтетические виды коммуникации	Собеседование преподавателя и студента по заранее подготовленной теме
Тема 4.4	Межкультурная коммуникация	Выполнение курсовой работы с предоставлением в электронном виде

Экзамен проводится с применением следующих методов: устное собеседование по вопросам билета.

4. Основная литература

1. Голуб, О. Ю. Теория коммуникации [Электронный ресурс] : учеб. пособие / О. Ю. Голуб, С. В. Тихонова. - Электрон. дан. — Москва : Дашков и К; Ай Пи Эр Медиа, 2011. — 338 с. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». – Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/644>, требуется авторизация (дата обращения : 15.08.2016). – Загл. с экрана.

2. Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации : учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" / Ф. И. Шарков. - 4-е изд. - Москва : Дашков и К, 2016. - 487 с. – То же [Электронный ресурс]. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=255819>, требуется авторизация (дата обращения : 15.08.2016). — Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
Факультет политики и международных отношений
Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ОСНОВЫ PR

(Б1.Б.18)

Краткое наименование – не устанавливается

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль: «Реклама и связи с общественностью в публичной и частной
сферах»

Квалификация выпускника: Бакалавр

Форма обучения: очная, заочная

Год набора 2020

Автор-составитель:

к.ист.н., доцент, декан факультета ПиМО

С.В. Козлов

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

ОПК-1 - способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;

ОПК-3 - обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга.

2. План курса:

Раздел 1. Введение в дисциплину

Тема 1.1. Связи с общественностью: понятие и основные подходы к изучению

Связи с общественностью как самостоятельная функция менеджмента. Цели и задачи связей с общественностью. Базисные и технологические субъекты PR. Группы общественности как объект PR. Достоинства и недостатки связей с общественности как совокупности коммуникативных технологий. Основные трактовки PR: альтруистический, компромиссный и прагматический подходы. Функции связей с общественностью. Сферы функционирования связей с общественностью в современном обществе. Политический, государственный, коммерческий и социальный PR. Отличия PR от других видов коммуникативной деятельности.

Тема 1.2. Основные этапы эволюции института связей с общественностью

Первоисточки связей с общественностью. Возникновение профессионального PR. Этапы развития связей с общественностью. Этапы развития российских связей с общественностью. Модели PR-коммуникации Дж. Грюнига: модель пресс-агентства/паблисити, модель информирования общественности, двусторонняя асимметричная и двусторонняя симметричная коммуникация.

Тема 1.3. Общественность как объект воздействия PR

Понятие общественности. Прикладной подход к выделению групп общественности. Философия прагматизма как основа американской версии PR. Ситуативный подход к понятию социального действия. Группы целевой общественности: проблемы классификации. Классификация родовых групп общественности. Внутренняя и внешняя общественность. Гетто-эффект. Классификация групп общественности по целевому воздействию.

Сегментирование внешней общественности. Модель А. Мамнтова. Приоритизация групп общественности. Индекс приоритетности. Содержание взаимодействия с различными типами общественности.

Тема 1.4. Эффективность PR-коммуникаций. Проблема эффективности оценки PR-кампаний

Проблема эффективности оценки PR-кампаний. Составляющие, способствующие эффективности взаимодействия компании и общества. Виды методов оценки PR. Оценка по реализации поставленных целей. Количественные параметры эффективности. Оценка «обратной связи». Измерение показателей дохода. Экономичность, результативность и целесообразность как показатели эффективности PR-деятельности. Оценка эффективности отдельных PR-инструментов.

Раздел 2. Менеджмент PR

Тема 2.1. Последовательность планирования и реализации PR-кампаний

Звенья PR-механизма: базисный субъект PR, PR-посредник, послание, каналы передачи информации, коммуникативные барьеры, целевые аудитории. Логика PR-процесса. Условия успешности PR-коммуникации. Формула RACE как один из самых известных проектных подходов к PR-деятельности. Четыре этапа процесса PR-менеджмента: определение проблем и мониторинг социального окружения, разработка программы и сметы, действие и коммуникация, оценка.

Тема 2.2. Первый этап (Research): определение проблем и мониторинг социального окружения

Мониторинг социального окружения как первый шаг в процессе PR-коммуникации. Роль исследований в PR-деятельности. Задачи, решаемые исследованиями. Последовательность действий по изучению социального окружения. Понятие проблемы в PR-практике. Аналитическое досье и его структура. Социологические исследования. Теоретический и прикладной анализ. Количественные и качественные исследования. Кабинетные и полевые исследования. Техническое задание. Анкетный опрос. Последовательность смысловых разделов анкеты. Личные интервью. Почтовые, телефонные, интерактивные опросы. Экспертный опрос. Ситуационные, проблемные, панельные опросы. Фокус-группа. Модератор и его роль. Глубинное интервью. Информационный и коммуникационный аудит. Имидж и репутация организации.

Тема 2.3. Второй этап (Action): разработка программы и сметы

Стратегическое планирование. Общее и специальное планирование. Определение целей и задач. Задачи выхода и задачи влияния. Информационные, установочные и поведенческие задачи. Определение

целевых и ключевых аудиторий. Внешние и внутренние аудитории. Ключевые аудитории. Лидеры мнений. Определение целевых СМИ. Целевые СМИ как каналы коммуникации, связывающие PR-субъект с целевыми аудиториями. Деление СМИ по степени значимости. Составление рабочего плана. Целевой или проектный вариант плана. Фактор выбора времени. Составление бюджета и установление контроля.

Тема 2.4. Третий этап (Communication): действие и коммуникация

Третий этап как этап воплощения разработок, сделанных на двух первых этапах. Метод создания специальных событий. Преимущества метода создания специальных событий. Виды специальных событий. Составление сообщения. Принципы составления сообщения. Приёмы преодоления расхождения между организацией как источником послания и установками целевых аудиторий. Факторы отбора новостей по *Н. Луману*. Контролируемые и неконтролируемые средства коммуникации. Метод третьей партии.

Тема 2.5. Четвертый этап (Evaluation): оценка

Количественные и качественные методы оценки эффективности. Параметры количественного анализа. Качественный анализ как оценка воздействия на целевые аудитории. Оценка реализации информационных целей. Оценка изменения ценностных установок. Оценка достижения поведенческих целей. Прикладной метод к измерению эффективности. Оценка эффективности отдельных PR-инструментов. Оценка распространения пресс-релизов, поведения пресс-конференций и корпоративных мероприятий.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1	Введение в дисциплину	
Тема 1.1	Связи с общественностью: понятие и основные подходы к изучению	Устный опрос
Тема 1.2	Основные этапы эволюции института связей с общественностью	Тестирование
Тема 1.3	Общественность как объект воздействия PR	Проверка конспектов
Тема 1.4	Эффективность PR-коммуникаций. Проблема эффективности оценки PR-кампаний	Доклад
Раздел 2	Менеджмент PR	
Тема 2.1	Последовательность планирования и реализации PR-кампании	Устный опрос

Тема 2.2	Первый этап (Research): определение проблем и мониторинг социального окружения	Тестирование
Тема 2.3	Второй этап (Action): разработка программы и сметы	Проверка конспектов
Тема 2.4	Третий этап (Communication): действие и коммуникация	Доклад
Тема 2.5	Четвертый этап (Evaluation): оценка	Контрольная работа

Форма промежуточной аттестации: **экзамен.**

4. Основная литература

1. *Козлов С.В.* Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью) : учеб. пособие : в 2 ч. / С. В. Козлов; РАНХиГС, Сиб. ин-т упр. – Ч. I: Теоретические основы интегрированных коммуникаций. – Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2013. – С. 107-151; то же [Электронный ресурс]. – Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа: <http://www.saranet.ru>, требуется авторизация (дата обращения: 15.08.2016). – Загл. с экрана.
2. *Козлов С. В.* Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью): учеб. пособие для студентов всех форм обучения по направлению 031600.62 – Реклама и связи с общественностью : [в 2 ч.]. Ч. 2: Технологии интегрированных коммуникаций / С. В. Козлов; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Сиб. ин-т упр. – Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2014. – 215 с.; то же [Электронный ресурс]. – Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа: <http://www.saranet.ru>, требуется авторизация (дата обращения: 15.08.2016). – Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
Факультет политики и международных отношений
Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

СОВРЕМЕННЫЕ PR-ПРАКТИКИ (Б1.Б.19)

Краткое наименование – Совр. PR-практики

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль: «Реклама и связи с общественностью в публичной и частной
сферах»

Квалификация выпускника: Бакалавр
Форма обучения: очная, заочная

Год набора 2020

Автор-составитель:

к.ист.н., доцент, декан факультета ПиМО

С.В. Козлов

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

ОПК-4 - умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.

2. План курса:

Раздел 1. Введение в медиарилейшнз

Тема 1.1. Медиарилейшнз как система построения отношений со СМИ

Роль медиарилейшнз в осуществлении информационной политики организации. Массмедиа как универсальный посредник между организацией и другими целевыми аудиториями. Медиарилейшнз как система постоянных контактов со средствами массовой коммуникации. СМИ как канал коммуникации и контактная аудитория. Классификация средств массовой информации. Печатные, электронные и Интернет-СМИ. Достоинства и недостатки различных типов медиа. Массовые и корпоративные медиа. Общеинформационные, тематические и деловые медиа. Типизация СМИ по ареалу распространения. Типизация СМИ по форме собственности. «Блок коммуникатора» и его структура: внешний заказчик, внутренний заказчик, креативный исполнитель, технический исполнитель. Объекты налаживания контактов в ходе медиарилейшнз. Управление СМИ и управление информацией. Управление СМИ как использования административно-правовых регуляторов и ресурсов. Прямое и косвенное управление СМИ. Механизм управления информацией. Этапы управления информацией: формирование собственного информационного потока; сегментирование информационного потока, подача акцентированной информации; приоритетная поставка информации, информационное партнерство; оптимизация формы и стиля подачи материалов. Приёмы управления информацией, используемые для воздействия на целевые аудитории. Основные документы медиарилейшнз. Медиа-карта и её структура.

Тема 1.2. Феномен новостей

Способность конструирования новостей как ключевой элемент медиарилейшнз. Понятие новости. Роль новостей в PR-коммуникации и медиарилейшнз. Варианты производства новостей по *Д. Маккуэйлу*. Возможные варианты тем новостей. Производство новостей. Смысловая и повествовательная концепции новостного производства. Роль ньюсмейкера. Задачи СМИ в рамках разных концепций новостного производства. Методы конструирования новостей. 32 способа создания новостей для организации *Г. Камерона*. «Основной» и «дополнительный вес» новости. Менеджмент

новостей (спиндокторинг) как коррекция информационных поводов в кризисных ситуациях. Различия профессий спиндоктора и журналиста. Виды спина: до-спин, после-спин, торнадо-спин, контроль кризиса и уменьшение ущерба. Этапы менеджмента новостей. Работа спиндоктора по управлению освещением событий. Методы торможения и ускорения информации. Дополнительные функции спина.

Тема 1.3. Информационный повод

Информационный повод как событие, значимое для СМИ. Понятие новостного повода. Критерии значимости информационного повода. Типовые информационные поводы и их раскрытие. Критерии эффективности информационных поводов по *М.В. Гундарину*. Аспекты события, позволяющие раскрыть информационный повод: описание события, предмет события, количественные характеристики события, участники события, финансовые характеристики события, социальные характеристики события. Слабые и устаревшие информационные поводы: сущность и особенности раскрытия.

Раздел 2. Технологии взаимодействия с прессой

Тема 2.1. Пресс-релиз

Пресс-релиз как актуально социально значимое сообщение для СМИ. Цель написания и распространения пресс-релиза. Достоинства пресс-релиза как новостного жанра. Правила, позволяющие придать информационному сообщению статус новости. Общие требования к пресс-релизу. Структурные элементы пресс-релиза: вводная часть, основная часть, служебная часть. Заголовок пресс-релиза и требования к нему. Лид-абзац (подзаголовок) как краткое содержание новости. Принцип перевернутой пирамиды. Требования к основному тексту пресс-релиза. Бэкграундер. Технические правила оформления пресс-релиза. Анонсирующий и новостной пресс-релизы. Краткий и развёрнутый анонсы. Правила размещения пресс-релизов.

Тема 2.2. Другие виды неконтролируемых организацией PR-материалов, предназначенных для СМИ

Бэкграундер (информационное письмо) как материал, предоставляющий дополнительную информацию. Структура бэкграундера. Требования к бэкграундеру. Рассылка бэкграундеров. Биография (биографическая справка) как документ, содержащий фактическую информацию о конкретном человеке. Требования к биографической справке. Виды биографий: биография-конспект, биография-рассказ, биография-повествование. Факт-лит (фактическая справка) как набор фактов об организации. Типы факт-листов. Лист вопросов-ответов. Заявление для СМИ как жанр, объясняющий позицию организации. Статья. Разновидности статей: имиджевая, авторская (байлайнер), обзорная, занимательная (фичер). Письмо в редакцию. Интервью и его использование в PR-практике. Формы интервью: интервью-

монолог, интервью-диалог, интервью-зарисовка и коллективное интервью. Медиа-кит как набор материалов для прессы. Состав медиа-кита. Расположение документов в папке.

Тема 2.3. Пресс-конференция

Пресс-конференция как PR-мероприятие. Преимущества пресс-конференции. Факторы, обеспечивающие успех пресс-конференции. Причины нецелесообразности проведения пресс-конференции. Участники пресс-конференции со «стороны организации»: ньюсмейкер, координатор, модератор, эксперт и вспомогательный персонал. Участники пресс-конференции со «стороны СМИ»: журналисты, настроенные позитивно; журналисты, настроенные негативно; журналисты, настроенные нейтрально. Первый этап пресс-конференции – планирование и оповещение СМИ. Сценарий пресс-конференции. Время проведения пресс-конференции. Использование анонсирующих пресс-релизов. Второй этап пресс-конференции – подготовка помещения и участников. Изготовление и размещение указателей. Выбор площадки для пресс-конференции: достоинства разных вариантов. Оборудование помещения для пресс-конференции. «Группа встречи» и её функции. Внутренний брифинг. Третий этап – проведение пресс-конференции. Начало пресс-конференции. Вступительное слово модератора и спикера. 10 правил для спикера. Рекомендации для модератора и спикера. Финальная речь. Четвёртый этап – после пресс-конференции. Значение неформального общения. Фуршет, его роль и организация. Пресс-клипинг как контроль и анализ вышедших в СМИ материалов.

Тема 2.4. Другие виды мероприятий для журналистов

Брифинг как короткое оперативное выступление перед журналистами. Различия пресс-конференции и брифинга. Особенности формата брифинга. Экскурсия для журналистов и пресс-тур. Цели посещения журналистами объектов. Организация пресс-тура. Прочие мероприятия, предполагающие личный контакт с журналистами: презентации, дегустации, пресс-ланчи, пресс-приёмы, конкурсы для СМИ. Мероприятия, специально для прессы не предназначенные.

Раздел 3. Технологии взаимодействия с другими целевыми аудиториями

Тема 3.1. Контролируемые организацией PR-материалы для внешних аудиторий

Деловое письмо. Информационный релиз как безличное информационное послание. Основные виды информационных релизов: бизнес-релиз, специальный релиз для потребителей, финансовый релиз. Приглашение на специальное мероприятие. Особенности оформления приглашения. Буклет, проспект как печатная продукция, издаваемая организацией для

распространения информации о своей деятельности среди различных целевых аудиторий. Виды буклетов: буклет-визитка, буклет-заказ, буклет-инструкция, буклет-календарь. Структура буклета.

Тема 3.2. Технологии подготовки публичных мероприятий

Событийный маркетинг как совокупность технологий, направленных на продвижение организации. Специальные события. Задачи, решаемые специальными событиями. Семинар. Конференция. «Круглый стол». Презентация. Проведение выставок. Церемонии открытия. Дни открытых дверей.

Тема 3.3. Технология подготовки речей (спичрайтинг)

Первый этап спичрайтинга – сбор и анализ информации. Основные вопросы, ответы на которые должен получить спичрайтер. Второй этап спичрайтинга – формирование плана выступления и расчет времени. Рабочий план выступления. Таблица расчёта времени. Третий этап спичрайтинга – подготовка проекта текста выступления. Технология написания текста выступления. Специальные приёмы, призванные облегчить восприятие текста. Оформление текста выступления. Четвертый этап спичрайтинга – репетиция. «Импровизаторы» и «педанты». Основные правила публичного выступления.

Раздел 4. PR-практики в различных сферах коммуникативного пространства

Тема 4.1. PR-практики в бизнесе

Задачи, решаемые PR-специалистами в бизнес-структурах. Управление репутацией. Поддержка маркетинга. Отношения с инвесторами. Взаимоотношения с персоналом. Лоббирование. Специфика поддержания отношений со СМИ. Фандрайзинг. Медиааудит и аналитика в бизнес-PR. PR в управлении кризис-конфликтом. Модель антикризисного управления.

Тема 4.2. PR-практики в сфере государственного управления

Отличия PR-технологий в сфере государственного управления от бизнес-PR: различие по целям, различие по ресурсам, различие по ответственности, различие в мотивах, различие в окружении. Основные аспекты государственного PR: реактивные коммуникации, проактивные коммуникации, спиндокторинг, модерирование обратной связи, формирование и поддержание имиджа «первых лиц», формирование и поддержание имиджа государств а и отдельных его институтов, пропагандистский режим PR-коммуникации в чрезвычайных ситуациях. Основные направления деятельности PR-службы в сфере государственного управления. Взаимодействие с населением. Взаимодействие с выборными должностными лицами. Взаимодействие с сотрудниками. Взаимодействие со СМИ.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1	Введение в медиарилейшнз	
Тема 1.1	Медиарилейшнз как система построения отношений со СМИ	Устный опрос
Тема 1.2	Феномен новостей	Тестирование
Тема 1.3	Информационный повод	Проверка конспектов
Раздел 2	Технологии взаимодействия с прессой	
Тема 2.1	Пресс-релиз	Устный опрос
Тема 2.2	Другие виды неконтролируемых организацией PR-материалов, предназначенных для СМИ	Тестирование
Тема 2.3	Пресс-конференция	Проверка конспектов
Тема 2.4	Другие виды мероприятий для журналистов	Доклад, контрольная работа
Раздел 3	Технологии взаимодействия с другими целевыми аудиториями	
Тема 3.1	Контролируемые организацией PR-материалы для внешних аудиторий	Устный опрос
Тема 3.2	Технологии подготовки публичных мероприятий	Тестирование
Тема 3.3	Технология подготовки речей (спичрайтинг)	Проверка конспектов
Раздел 4	PR-практики в различных сферах коммуникативного пространства	
Тема 4.1	PR-практики в бизнесе	Устный опрос
Тема 4.2	PR-практики в сфере государственного управления	Доклад, курсовая работа

Форма промежуточной аттестации: **экзамен.**

4. Основная литература

1. Козлов С.В. Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью) : учеб. пособие : в 2 ч. / С. В. Козлов; РАНХиГС, Сиб. ин-т упр. – Ч. I: Теоретические основы интегрированных коммуникаций. – Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2013. – С. 107-151; то же [Электронный ресурс]. – Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа: <http://www.saranet.ru>, требуется авторизация (дата обращения: 15.08.2016). – Загл. с экрана.
2. Козлов С. В. Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью): учеб. пособие для студентов всех форм обучения по

направлению 031600.62 – Реклама и связи с общественностью : [в 2 ч.]. Ч. 2: Технологии интегрированных коммуникаций / С. В. Козлов; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Сиб. ин-т упр. – Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2014. – 215 с.; то же [Электронный ресурс]. – Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа: <http://www.sapanet.ru>, требуется авторизация (дата обращения: 15.08.2016). – Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

СОЦИОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

(Б1.Б.20)

Краткое наименование – Социология МК

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор – составитель:
к.и.н., доцент

Ю.А. Пустовойт

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

ОПК-1 - Способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;

ОПК-5 - Умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.

2. План курса:

Раздел 1. Введение в социологию массовой коммуникации.

Тема 1.1. Предмет социологии массовой коммуникации. Специфика социологического конструирования социальной реальности и эпистемологический разрыв с ментальными конструкциями «здравого смысла». Социологическое пространство как пространство конкуренции различных научных парадигм. Зависимость концептуализации предмета социологии массовой коммуникации от типа научной парадигмы. Зависимость моделирования массовой коммуникации от базовых моделей коммуникации. Позитивизм как методологическая установка и его основные принципы (натурализм, сциентизм, объективизм, квантификационизм, верификационизм, бихевиоризм). Позитивистски-ориентированное видение массовой коммуникации: информационно-кодовая (трансмиссионная) модель (ИКМ). Основные элементы ИКМ в соответствии со схемой Шеннона-Уивера, проблема эффективности и убеждения как пропаганды. Модель массовой коммуникации Г. Лассуэлла как классический вариант ИКМ: характеристика основных звеньев массовой коммуникации и соответствующих им исследовательских задач. Интерпретативно-ориентированное видение массовой коммуникации: символические (интеракционные) модели и их принципиальные отличия от ИКМ: проблемы диалога, интерпретации, «активных аудиторий», социо-культурного контекста. Модель «открытого производства» У. Эко как пример символической модели коммуникации. Сравнительный анализ параметров массовой и межличностной коммуникации. Концепция опосредованного квазивзаимодействия Дж.Б. Томпсона. Оппозиция «коммуникация — передача» в медиологии Р. Дебре. Базовые характеристики массовой коммуникации. Интерактивность сетевых медиа и необходимость пересмотра традиционных определений масс-медиа. Семантическое поле понятия «масс-медиа» и его русскоязычные эквиваленты (СМИП, СМИ, СМК). Общая схема трех этапов развития социологии массовой коммуникации и динамики представлений социологов на роль СМК в жизни индивида.

Тема 1.2. Массовая коммуникация в историко-социологической перспективе. Возникновение массовых коммуникаций в перспективе функционального подхода. Антропологическая концепция человека как «недостаточного существа» (А. Гелен и др.). Опосредованность человеческого опыта различными медиа и их роль в культуре. Концепция «холодных» и «горячих» культур К. Леви-Строса и ее проекция на семиотическую историю культуры. Тип памяти культуры и ее отношение к воспроизводству канонических текстов. Культура Модерна (Современности) как «горячая» культура. Социально-экономический, политический и культурный аспекты Модерна и формирование института масс-медиа. Технологические и социальные революции как факторы изменений в средствах и функциях массовой коммуникации. Трансформация статуса интеллектуальных групп в эпоху раннего Модерна, возникновение национальных языков, изобретение книгопечатания, процессы секуляризации культуры и линейно-прогрессистское представление о времени. Феномен «печатного капитализма» и рождение европейских национальных государств (концепция Б. Андерсона). «Законодательный разум» эпохи Просвещения и статус журналиста-интеллектуала. Политическая культура, массовая коммуникация и автономизация публичной сферы в концепции Ю. Хабермаса. Доминирование печати. Становление массовых обществ на рубеже XIX-XX веков и формирование современных масс-медиа. Фундаментальные трансформации: от либеральной модели свободного рынка к монополии как новой форме социальной организации, трансформация отношений собственности и «революция менеджеров», становление принципов социального государства и практики государственного вмешательства в экономику. Активная модернизация типов масс-медиа вследствие информационно-технологического прогресса на протяжении XX века, появление радио и телевидения с их характерными особенностями кодирования информации посредством аудио-визуальных кодов. Общие принципы и логика трансформации современных обществ в контексте постмодернистских процессов и факторов глобализации: телекоммуникационная революция и изменения в сфере труда, контркультурная критика цивилизации и кризис класса интеллектуалов, конец «трудового общества», появление новых организационных форм и стратегий (адхократия). Роль и особенности становления и развития масс-медийных институтов в обществах незападного типа развития.

Тема 1.3. Нормативные принципы и теории функционирования масс-медиа. Концепция масс-медиа как «четвертой власти»: зарождение, развитие, критика. Принцип свободы слова и его культурно-политический генезис (роль протестантской теологии и секуляризации). Тоталитарная и демократическая версии взаимоотношения масс-медиа и власти, масс-медиа и индивида. Плюралистические модели и модели доминирования (Е.Г. Дьякова). Формирование глобальных медиа-корпораций, процессы

монополизации и критика модернистских принципов свободы слова и печати. «Четыре теории прессы» и классические нормативные модели функционирования масс-медиа: авторитарная теория, советская модель, либертарианская теория, теория социальной ответственности, модель демократического представительства, модель развития. Соотношение проблемы формирования и выражения общественного мнения. Проблемы информационной безопасности.

Раздел 2. Массовая коммуникация и масс-медиа в пространстве социологических парадигм.

Тема 2.1. Начальный этап социологической рационализации масс-медиа. Социо-культурный контекст институционализации исследований масс-медиа в начале XX века: американский и европейский варианты. Урбанизация и ее последствия. Концепции толпы Г. Лебона, Г. Тарда и С. Зигеле. Толпа и публика: соотношение понятий. «Законы» толпы. Бессознательное и индивидуальная психика в концепции З. Фрейда. Чикагская социологическая школа и ее роль в становлении исследований массовой коммуникации. Общественное мнение и производство стереотипов (У. Липпман). Пропаганда времен Первой мировой войны и становление медиа-исследований как исследований медиа-эффектов. Концепция Г. Лассуэлла как синтез идей психоанализа и бихевиоризма. Обоснование теории «магической пули» («шприца», «инъекции») и роли пропаганды как консолидирующей силы в массовом обществе. Основные итоги первоначального этапа развития медиа-исследований.

Тема 2.2. Системно-структурный подход к анализу масс-медиа. Три этапа развития системной методологии анализа общества (биологическая модель, модель открытой системы с обратной связью, модель самореферентной системы). Базовые понятия структурно-функционального тезауруса: система, элемент, структура, функция (явная / латентная, функция / дисфункция). Масс-медиа (СМК) как социальная подсистема. Повторное открытие первичной группы и модель «двухступенчатого потока информации» и «лидеров мнения». «Четыре классических функции медиа» Лассуэлла-Райта. Важнейшие функции массовой коммуникации в концепции П. Лазарсфельда и Р. Мертон (присвоение статуса, укрепление социальных норм, дисфункция наркотизации) и проблемы социального конформизма и трансформации базовых социальных ценностей. Функции массовой коммуникации на уровне общества и индивида: итоговая классификация Д. Маккуэйла. Феномен «усталости сострадать», функция развлечения и проблемы социальной апатии. Конкретные структурно-функциональные модели массмедиа (А. Моль, М. де Флюэр). Масс-медиа как обособленная, операционально замкнутая социальная система, функционирующая на основе двоичного кода «информация / неинформация» в концепции Н. Лумана: понятие аутопойезиса, структурного сопряжения и двоичного кода, две

реальности системы масс-медиа и ее программные области (новости и комментарии, реклама, развлечение). Основные критерии трансформации информации в новость. Критика системно-структурных моделей: масс-медиа как средство поддержания системной стабильности общества и проблема социального конфликта и консенсуса. Консервативная направленность функционализма и легитимация элитных групп. Структурный функционализм как доминирующая парадигма в американской социологии середины XX в. и ее воздействие на советскую и современную российскую социологическую среду.

Тема 2.3. Неомарксистские подходы к анализу массовой коммуникации.

Классовое господство в классическом марксизме. Базис и надстройка. Культура и отчуждение. Идеология как «ложное сознание». Феномен неомарксизма в XX веке. Смещение акцентов с анализа отношений собственности на реконструкцию механизмов культурного доминирования. Основные направления неомарксистского анализа масс-медиа: реконструкция роли идеологии в массовой культуре и политэкономический анализ масс-медиа. Концепция «гегемонии» как культурного доминирования А. Грамши: «самоочевидность» политического господства посредством институтов буржуазной культуры. Роль «органических» интеллектуалов в поддержании отношений доминирования. Мир масс-медиа как пространство борьбы за гегемонию. Массовая культура и коммуникация в концепциях Франкфуртской школы неомарксизма (критическая теория М. Хоркхаймера и Т.В. Адорно): критика Просвещенческого Разума и тоталитаризма инструментальной рациональности Модерна, понятие индустрии культуры и ее основные черты (стандартизация, массовость, стереотипность). Экспансия логики рынка в сферу искусства и ее последствия. Взаимосвязь развлечения и современного капитализма. Масс-медиа как элемент индустрии культуры эпохи позднего капитализма и транслятор господствующих культурных ценностей. Пассивность и конформизм аудитории. Проблема атомизации общества. Логика и механизмы манипуляции массовым сознанием. Роль СМК в формировании искусственного консенсуса в «одномерном» обществе (Г. Маркузе). Демократизация продуктов культурного производства, тиражирование и массовизация потребления в концепции В. Беньямина. Идеология и массмедиа в теории государственных идеологических аппаратов Л. Альтюссера: отказ от бинарной схемы «базис – надстройка», неприменимость эпистемологического критерия «истина – ложь» к идеологическим продуктам, влияние лингвистического структурализма и психоанализа Ж. Лакана и тезис о бессознательном статусе идеологии. СМК как идеологический аппарат. Воздействие неомарксистских теорий культуры и идеологии на исследование роли масс-медиа в современном обществе. Политэкономический анализ масс-медиа как важнейшего элемента современной капиталистической экономики в концепции Г. Шиллера: коммодификация информации, классовое неравенство и корпоративный капитализм. Консюмеризм и его последствия. Культурный империализм

Запада и его воздействие на развивающиеся страны. Движение «За Новый мировой информационный порядок». Роль ЮНЕСКО. Ответ США: отстаивание идеи свободного потока информации и формирование публичной политики и «нового стиля американского лидерства».

Тема 2.4. Феноменологические подходы к анализу массовой коммуникации. Теоретические предпосылки социальной феноменологии: «понимающая социология» М. Вебера и феноменология Э. Гуссерля. Общие принципы социологии А. Шюца: понятие «жизненного мира», естественной установки, эпохе, примат повседневности и тезис о множественности реальностей. Конструирование социальной реальности в социологии П. Бергера и Т. Лукмана: общество как объективная и субъективная реальность, отождествление познания и деятельности, понятия хаби́туализации, институционализации, реификации. Типизация опривыченных действий и социальные роли. Интернализация и социальная идентичность. Опыт профессиональной саморефлексии в сфере телевизионного производства К. и Г. Лэнгов: драматизация рутины повседневности, принудительное интерпретирование событий и «стиль показа». Мир повседневности как основание конструирования медиа-реальности в концепции Х. Молотча и М. Лестер: новости и социальное время, построение индивидуальных биографий как модель понимания деятельности масс-медиа, медиа-производители и конкуренция в процессе конструирования социального мира (лоббисты, сборщики и потребители новостей). Медиа-реальность и ее воздействие на мир повседневности в работах Д. Элтейда: медиа-производство как процесс, определяемый наличными целями журналистов, рутинные процессы и наличный запас знаний, формат как масс-медийный аналог естественной установки, тезис о первичности формата по отношению к событию и механизмы конструирования события в соответствии с принципами телевизионного формата. Феноменологический анализ телевидения: понятие «сканирующего времени» и его двухмерности, видеоряд как частный случай нарратива (повествования), телевидение как «путешествующий музей». Воздействие телевидения на восприятие времени и пространства, проблематика демократии в перспективе социального распределения знания и роль «хорошо информированного гражданина». Дальнейшее развитие феноменологического направления и институционализация этнометодологии: версии Г. Гарфинкеля и И. Гофмана. Понятие рамочного анализа (анализа фреймов). Принципы конструирования новостных интервью: этнометодологическая техника.

Тема 2.5. Мир масс-медиа в социологической концепции школы П. Бурдьё. Общие методологические принципы социоанализа (генетического структурализма): социальное пространство как совокупность различных полей, т.е. автономизированных и дифференцированных сфер практик. Поле журналистики и производство и распространение информации. Индивидуальные и институциональные агенты поля. Капиталы и позиции

внутри поля. Поле журналистики и принцип «двойной зависимости» в процессе производства информации. Капитал известности и два типа признания. Символическая власть и логика функционирования масс-медиа. Проблематика логики рыночного производства в сфере культуры. Концепция общественного мнения и его генезиса в политической культуре Модерна (П. Шампань). Исследования «не-ответов». Интеллектуалы и медиа: феномен «медиа-интеллектуалов». Экспансия телевидения. Социоаналитическая реконструкция телевизионного производства. Невидимая цензура, события-omnibus, бессубъектный выбор, феномен fast-thinking. Теледебаты как специфический тип языковой игры. Рейтинг как символическая конструкция. Антиинтеллектуализм мира журналистики, проблематика демократии и рациональной дискуссии. Социальные науки и масс-медиа. Эксперты и логика конвертации «научного» капитала.

Тема 2.6. Основные школы медиа-исследований. Торонтская школа и обоснование принципов технологического детерминизма: коммуникация, элиты и территория в концепции Г. Инниса. Письменность как властный ресурс и технологии господства. Смена средств коммуникации как доминанта общественного развития. Развитие идей Инниса и коммуникативистика М. Маклюэна: понятие медиа как внешнего расширения человека, «горячие» и «холодные» медиа, «средство есть сообщение», интерпретация роли алфавита и книгопечатания в культуре, «глобальная деревня» и сценарный подход к СМИ. Анненбергская школа Дж. Гербнера: ориентация на анализ кодов масс-медиа, исследование поведения аудитории, изучение «культурных индикаторов», коммуникационных систем и институтов. Реконструкция телевизионной репрезентации и теория культивации. Интерпретация проблем насилия на ТВ. Бирмингемская школа С. Холла. Основные идейные источники (критическая теория культуры, семиотика, интеракционизм и др.). Доминирование исследования идеологии в массово-коммуникативных процессах: типология идеологического «отбрасывания» информации. Модель кодирования/декодирования, «семантическая герилья» и концепция активных аудиторий. Анализ популярной и народной культуры, интерпретация понятия жанра. Семиотический анализ телевидения Дж. Фиска. Glasgow Media Group: приоритет социологического анализа производства и содержания новостей. Сочетание количественной методики и структуралистского анализа текстов. Зависимость между типом контента и продолжительностью информации. Скрытые цели структуры теленовостей и навязывание рамок нормализации. Внимание к конфликтам и образцы селективного отбора новостей.

Тема 2.7. Постмодернистские интерпретации мира масс-медиа. Постмодерн как социо-культурный феномен, стиль мышления и социологическая категория. Сравнительный анализ культурных характеристик постмодерна и модерна. Изменение природы и функций научного знания, «конец индивида» и «конец прогресса» как прекращение

событий; мультикультурализация. Концепция общества потребления, символического обмена и симулякров Ж. Бодрийяра. Критика трансмиссионной модели коммуникации и феномен «молчаливого большинства». Понятие кода: его функции и логика потребления. Тезис о «гиперреальности». Критика потребительского фетишизма и стратегий «мягкого соблазна» (soft seduction). Концепция «машин желаний» Ж. Делеза и Ф. Гваттари. Состояние постмодерна в теории Ж.-Ф. Лиотара. Нарратив и распад метаповествований. Логика языковых игр как метод анализа постмодернистской реальности. Медиа в перспективе культурных практик постмодерна. Концепция «общества спектакля» Ги Дебора. Масс-медиа и постмодерн в концепции Поля Вирилио. Интертекстуальность и интерактивность. Закат модели репрезентативной коммуникации (тезис Э. Гидденса). Различные версии виртуальной реальности в современной коммуникативистике.

Раздел 3. Социологическая реконструкция звеньев и процессов массовой коммуникации.

Тема 3.1. Социологический анализ коммуникатора и медиа-производства. Возможные типологии исследований производства медиа-продукции: схемы Шумейкер-Риза и Маккуэйла. Индивидуальный уровень анализа производства: влияние вкусов, эмоций, политических предпочтений и профессиональных идентичностей. Типология профессиональных ролей А.Кустарева. Уровень профессиональных практик: влияние структуры жанра (Г. Тачмэн) и организации производства (М. Кантор). Уровень организации и медиа-индустрии: Дж. Дэвис и типология управленческих стратегий; Дж. Туров и типология агентов внутри медиа-индустрии. Уровень экстремедийных влияний: политэкономические подходы, типология экстремедийных агентов (О. Кольцова), роль источников в производстве новостей. Уровень идеологии и господствующих ценностей. Гейткипинг. Типология новостей К. Джеймисона и К. Кэмпбела. Масс-медиа и реализация интересов разных социальных субъектов; формы регуляции отношений: законодательство, профессиональные кодексы этики, неформализованные способы; влияние форм собственности на деятельность информационных органов. гарантии плюрализма мнений, проблема финансовой свободы и зависимости информационного канала; коммерческая, политическая и социальная реклама в средствах массовой информации.

Тема 3.2. Социологический анализ содержания масс-медийных текстов. Возможности и ограничения количественного и качественного анализа медиа-контента. Принципы и методика контент-анализа. Источники современных подходов к анализу контента. Семиотика и дискурс-анализ. Позднейшая экстраполяция семиотических методов для анализа массовой культуры и медиа-контента. Р. Барт и его влияние на теории массовой коммуникации. Фрэйм-анализ И. Гофмана и анализ повседневного диалога Г.

Гарфинкеля. Аналитическая философия языка и теории коммуникативного действия. Применение указанных теорий для анализа СМК. Уровень лексем. Уровень предложений: Т. ван Дейк и его анализ репрезентации этнических меньшинств в СМК. Уровень макроструктур текста. У.Эко и его анализ структуры романов о Джеймсе Бонде. Альтернативные подходы: от разоблачения скрытой пропаганды к анализу полисемии медиа-текста.

Тема 3.3. Социологический анализ эффектов массовой коммуникации.

Толпа и масса как социологические категории. Феномен массовой паники и психологического воздействия в толпе. Теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера. Теория ограниченных эффектов Дж. Клаппера. Теории информационного дефицита (разрывов в знании). Теории «пользы и удовлетворения потребностей». Модель «спирали молчания» Э. Ноэль-Нойман. Теория установления повестки дня М. Маккомбса Д. Шоу. Масс-медиа и конструирование социальных проблем. Концепция «публичных арен». Эволюция представлений социологов об эффектах масс-медиа в исторической перспективе. Социологические методики изучения аудитории: теоретические и эмпирические аспекты. Факторы и барьеры в восприятии масс-медийной информации аудиторией. Массовые опросы, качественные методы, базовые медиаметрические понятия и дискуссия вокруг проблемы рейтинга и его воздействия на медиа-контент.

Тема 3.4. Медиа-глобализация и Интернет в социологической перспективе. Компьютерная коммуникация, появление «новых медиа» в конце XX века и их основные характеристики. Особенности Интернета как медийного средства, типы коммуникаций, которые для него характерны. Понятие «киберпространства» и способы его исследования. Кибергеография. Ключевые свойства виртуальной реальности (А. Бюль). Проблема логики и тенденций социальных трансформаций и динамики культур под воздействием Интернета. Журналист и блоггер: сравнение профессиональных идентичностей. Характеристика новейших тенденций развития информационно-коммуникативных процессов в современном мире. Медиа-глобализация и ослабление суверенитета нации-государства (концепция Монро Прайса); демассовизация и трансформация аудиторий; конгломерация самих медийных институтов и диверсификация интересов информационных олигополий; конвергенция как размывание традиционных границ между различными масс-медиа. Мифология глобализации через медиа (Марджори Фергюсон)

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Раздел 1	Введение в социологию массовой коммуникации	

Тема 1.1.	Предмет социологии массовой коммуникации	Устные ответы на вопросы
Тема 1.2.	Массовая коммуникация в историко-социологической перспективе	Устные ответы на вопросы
Тема 1.3.	Нормативные принципы и теории функционирования масс-медиа	Подготовка контрольной работы
Раздел 2	Массовая коммуникация и масс-медиа в пространстве социологических парадигм	
Тема 2.1	Начальный этап социологической рационализации масс-медиа	Устные ответы на вопросы
Тема 2.2.	Системно-структурный подход к анализу масс-медиа	Устные ответы на вопросы
Тема 2.3.	Неомарксистские подходы к анализу массовой коммуникации	Устные ответы на вопросы, Подготовка контрольной работы
Тема 2.4	Феноменологические подходы к анализу массовой коммуникации	Устные ответы на вопросы
Тема 2.5.	Мир масс-медиа в социологической концепции школы П. Бурдьё	Устные ответы на вопросы
Тема 2.6.	Основные школы медиа-исследований	Устные ответы на вопросы
Тема 2.7.	Постмодернистские интерпретации мира масс-медиа	Подготовка контрольной работы
Раздел 3	Социологическая реконструкция звеньев и процессов массовой коммуникации	
Тема 3.1.	Социологический анализ коммуникатора и медиа-производства	Устные ответы на вопросы
Тема 3.2	Социологический анализ содержания масс-медийных текстов	Устные ответы на вопросы, Подготовка контрольной работы
Тема 3.3.	Социологический анализ эффектов массовой коммуникации	Устные ответы на вопросы
Тема 3.4	Интернет и медиа-глобализация в социологической перспективе	Подготовка контрольной работы

Форма промежуточной аттестации: **зачет, экзамен.**

4. Основная литература

1. Баранова, Е. В. Социология массовой коммуникации [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Е. В. Баранова. – Электрон. данные. – Минск : Высшая школа, 2012. – 176 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=136231&sr=1>, требуется авторизация (дата обращения: 16.08.2016). – Загл. с экрана.
2. Березняков, Д. В. Социология массовой коммуникации : учеб. пособие для студентов всех форм обучения по специальности 030602.65 - Связи с общественностью / Д. В. Березняков ; Федер. агентство по образованию, Сиб. акад. гос. службы. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2010. - 173 с. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа: <http://www.sapanet.ru>, требуется авторизация (дата обращения: 21.07.14). - Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений
Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

РЕКЛАМА В КОММУНИКАЦИОННОМ ПРОЦЕССЕ

РвКП

краткое наименование дисциплины

(Б1.Б.21)

по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в публичной и частной
сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор-составитель:

канд. филол. наук, доцент кафедры политических наук
и технологий Зимина Л.О.

Новосибирск, 2019 г.

1. Цель освоения дисциплины: сформировать компетенции в области понимания роли рекламы в коммуникационном процессе

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ОПК-1	Способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	ОПК-1.5	Способность понимать социологическую и маркетинговую компоненты рекламы и PR, определять целевые аудитории, проводить рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения конкурентной позиции организации.
ОПК-2	Владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью	ОПК-2.2	Способность применять знания о роли рекламы в маркетинговых коммуникациях.

2. План курса

Раздел 1. Реклама как вид маркетинговой коммуникации

Тема 1.1. Введение. Реклама как сфера коммуникационной деятельности

Цель и задачи дисциплины «Реклама в коммуникационном процессе». Связь с другими изучаемыми дисциплинами. Содержание дисциплины. Основные понятия рекламы. Особенности рекламной коммуникации. Правовые и этические вопросы организации рекламной деятельности. Краткая характеристика процесса рекламной коммуникации.

Тема 1.2. Реклама и общество

Реклама и её место в обществе. Влияние рекламы на макро-и микроэкономику. Характеристики и функции рекламы. Коммуникативная подфункция рекламы. Влияние рекламы на все сферы жизни общества. Критерии психологической эффективности рекламной коммуникации. Восприятие рекламной информации человеком. Процессы переработки информации. Привлечение внимания к рекламной коммуникации.

Тема 1.3. Развитие рекламы

Основные вехи развития рекламы. Функции проторекламы. Связь рекламы и средств коммуникации. Развитие рекламы в России. Современный рынок рекламы в России. Жанры устной и письменной рекламы. Место российского рекламного рынка в мировом рекламном пространстве.

Тема 1.4. Виды рекламы

Классификация рекламы. Потребительская реклама. Виды деловой и потребительской рекламы. Деловая реклама. Некоммерческая реклама. Особенности и виды некоммерческой рекламы. Реклама коммерческая, социальная, политическая. Ключевые различия между видами рекламы, примеры. Цели и задачи социальной рекламы. Роль связей с общественностью в социальной рекламной кампании.

Раздел 2. Процесс рекламной коммуникации

Тема 2.1. Планирование рекламной коммуникации

Процесс рекламной коммуникации. Рекламное агентство. Классификация рекламных агентств по разным основаниям. Структура рекламного агентства полного цикла. Достоинства и недостатки рекламного агентства полного цикла. Основные этапы планирования рекламной коммуникации. Структура рекламного обращения. Целевая аудитория рекламы. Информационно-рекламные технологии.

Тема 2.2. Реклама в комплексе маркетинга

Характеристика комплекса маркетинга. Реклама в комплексе маркетинга. Факторы товара, потребителей и рынка, оказывающие влияние на процесс планирования рекламной коммуникации. Роль рекламы на разных этапах жизненного цикла товара. Реклама и конкурентные преимущества организации. Отличие конкурентоспособности организации от конкурентного преимущества.

Тема 2.3. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций

Маркетинг отношений. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Основные, дополнительные и поддерживающие коммуникации, их влияние на определенные аудитории. Реклама в комплексе продвижения. Основные этапы планирования рекламной кампании. Комплекс рекламных стратегий организации.

Тема 2.4. Средства распространения и размещения рекламы

Классификация средств рекламы. Выбор средств рекламы. Средства рекламы и её носители. Традиционные (пресса, радио, телевидение, наружная реклама) и нетрадиционные каналы (интернет, сотовая связь) распространения рекламы. Преимущества и недостатки, ниши различных каналов распространения рекламы. Понятия эффекта и эффективности рекламы. Основные аспекты оценки эффективности рекламы.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1. Реклама как вид маркетинговой коммуникации		
Тема 1.1.	Введение. Реклама как сфера коммуникационной деятельности	Устное выступление с докладом и презентацией
Тема 1.2.	Реклама и общество	Устное выступление с докладом и презентацией
Тема 1.3.	Развитие рекламы	Устное выступление с докладом и презентацией
Тема 1.4	Виды рекламы	Устное выступление с докладом и презентацией, выполнение практического задания
Раздел 2. Процесс рекламной коммуникации		
Тема 2.1.	Планирование рекламной коммуникации	Устное выступление с докладом и презентацией
Тема 2.2.	Реклама в комплексе маркетинга	Устное выступление с докладом и презентацией
Тема 2.3.	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	Устное выступление с докладом и презентацией, выполнение практического задания
Тема 2.4.	Средства распространения и размещения рекламы	Устное выступление с докладом и презентацией, выполнение практического задания, защита контрольной работы

Зачет и экзамен проводятся с применением следующих методов (средств):
устное собеседование по вопросам билета.

4. Основная литература

1. Наумова, А. В. Реклама в коммуникационном процессе : учеб.пособие для студентов всех форм обучения по специальности 030602.65 - Связи с общественностью / А. В. Наумова ; Федер. агентство по образованию, Сиб. акад. гос. службы. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2010. – 201 с. - То же [Электронный ресурс]. – Доступ из Б-ки электрон.изданий / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС – Режим доступа : http://siu.ranepa.ru/UMM_1/2416/gkr_up_11.pdf, требуется авторизация (дата обращения : 13.08.16). – Загл. с экрана.

2. Паршукова, Г. Б. Реклама в коммуникационном процессе [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие / Г. Б. Паршукова. - Электрон.дан. - Новосибирск : НГТУ, 2011. - 36 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228836>, требуется авторизация (дата обращения : 03.08.2016). – Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра психологии

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

(Б1.Б.22)

Краткое наименование – Психология МК

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор – составитель:

Заведующая кафедрой психологии канд. псих. наук, доцент И.М. Войтик

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

УК ОС- 5 - способность проявлять толерантность в условиях межкультурного разнообразия общества;

УК ОС- 6 - выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.

2. План курса:

Раздел 1. Познавательные процессы и психические состояния личности

Раздел 1. Личность в коммуникативном процессе

Введение

Психологические теории массовой коммуникации. Структурные модели коммуникации. Элементы коммуникационного процесса. Структура и функции массовой коммуникации. Коммуникативные психологические барьеры. Виды коммуникации: вербальная и невербальная.

Тема 1.1. Структура личности как база восприятия информации

Внимание, восприятие, понимание и запоминание в процессе коммуникации. Социальные представления: природа и разновидности. Мысли и действия: стили поведения и социальные представления о них. Массовая коммуникация и социальные представления. Психологические механизмы памяти. Массовидные явления памяти. Психология народов В.Вундта.

Мотивы и потребности. Соотношение понятий. Теории мотивации. Виды мотивов: интересы, желания, ценности, направленность, стремления, влечения, установки и др.

Роль установок и стереотипов в процессе массовой коммуникации. Конформизм и подчинение. Влияние меньшинства и социальные нормы. Социальные установки. Изменение установок. Внешнее подражание и внутренняя перестройка (конверсия).

Опыт и воображение. Творческие способности.

Типология личности: психографика. Соответствие товара (услуг) типу личности, его ожиданиям. Классификация образа жизни как категория психографики. Национальный характер потребителя.

Имидж коммуникатора.

Тема 1.2. Психология творчества

Психология творчества журналиста. Психология создателя рекламы. Человек как субъект рекламных коммуникаций. Потребность престижа.

Стремление к социальному одобрению собственных поступков и личности. Самореклама. Стратегии поведения человека в условиях саморекламы.

Творческое мышление, творческие способности, вербальное и невербальное мышление. Эмоциональное и рациональное в творчестве. Креативность как усиление себя. Ограничения творческой способности. Творчество как система и как импровизация.

Методы активизации творческого мышления. Типология игр. Игра как метод активизации мышления. Тренинговые технологии. Мозговая атака, мозговой штурм. Рефлексия как механизм творческого мышления.

Раздел 2. Социально-психологическая феноменология массовой коммуникации

Тема 2.1. Средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии.

Теории и концепции исследования новых медиа. Компьютерная коммуникация.

Закономерности массового поведения и реклама; Психологические основы рекламных коммуникаций. Человек как субъект рекламных коммуникаций.

Мотивация и ожидания в механизме обращения аудитории к СМИ; интерес как фактор коммуникации.

Тема 2.2. Феноменология групп

Психология слухов. Анализ слухов. Механизм искажения содержания информации в процессе передачи слухов.

Феномен конформизма. Огруппление мышления. Влияние большинства и меньшинства.

Психология моды. Понятие массовых вкусов. Брендинг как технология создания моды. Удовлетворение престижных мотивов.

Раздел 3. Проблемы эффективности массовой коммуникации

Тема 3.1. Коммуникация как психологический процесс.

Психологические модели убеждающего воздействия; роль групповых факторов в процессе убеждения; Соотношение логических и эмоциональных апелляций к аудитории. Убеждение и внушение. Понятия подражания и заражения. Гипноз.

Тема 3.2. Психологические методы исследования массовой коммуникации

Типология аудитории; сегментация аудитории;

Психологические аспекты и методы изучения аудитории.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)	Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1. Личность в коммуникативном процессе	
Введение	Устный опрос 1
Тема 1.1. Структура личности как база восприятия информации	Проверка конспектов Понятийный диктант
Тема 1.2. Психология творчества	Эссе
Раздел 2. Социально-психологическая феноменология массовой коммуникации	
Тема 2.1. Средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии	Устный опрос 2
Тема 2.2. Феноменология групп	Анализ учебного видео
Раздел 3. Проблемы эффективности массовой коммуникации	
Тема 3.1. Коммуникация как психологический процесс	Доклады с презентациями
Тема 3.2. Психологические методы исследования массовой коммуникации	Контрольная работа

Форма промежуточной аттестации: **зачёт**.

4. Основная литература

1. Войтик, И. М. Психология массовой коммуникации : учеб. пособие для студентов очной формы обучения по специальности 030602.65 - Связи с общественностью / И. М. Войтик ; Федер. агентство по образованию, Сиб. акад. гос. службы. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2010. - 191 с

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра политических наук и технологий

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ДИСЦИПЛИНЫ
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ
ИНФОРМАЦИИ**
(Б1.Б.23)

ТПМИ

краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль): «реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»
квалификация выпускника: бакалавр
форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор-составитель:

кандидат политических наук,

доцент кафедры политических наук и технологий С. Ф. Некрасов

Новосибирск, 2019 г.

1. Цель освоения дисциплины

Сформировать следующую компетенцию в области PR –технологий:

– ОПК-5. способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;

– ОПК-6, способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

2. План курса

Раздел 1. Средства массовой коммуникации: подходы к изучению и тенденции развития.

Тема 1.1. Массовая информация, коммуникация и коммуникационный процесс.

Тема 1.2. Особенности прессы, радио, ТВ, Интернет-СМИ и подходы их изучения.

Раздел 2. Система СМИ и ее элементы.

Тема 2.1. История развития массовой информации на Западе и в России.

Тема 2.2. Системные характеристики, типология, функции СМИ.

Раздел 3. Принципы правового и этического регулирования СМИ.

Тема 3.1. Правовой режим массовой информации.

Тема 3.2. Концепция и содержание журналистской этики.

Раздел 4. Основы медиаэкономики и менеджмента СМИ.

Тема 4.1. Принципы редакционного менеджмента.

Тема 4.2. Медиаэкономика России и зарубежных стран, маркетинг в структуре менеджмента СМИ.

Раздел 5. Теория и практика журналистской деятельности.

Тема 5.1. Принципы журналистской деятельности.

Тема 5.2. Методы исследования действительности в журналистике и медиатекст.

Тема 5.3. Жанровая система журналистских произведений.

Раздел 6. Техника и технология СМИ: пресса, радио, ТВ и интернет.

Тема 6.1. Техника и технология периодических изданий, радиовещания и телевидения.

Тема 6.2. Технологические принципы СМИ в сети интернет.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости ¹
Раздел 1.	Средства массовой коммуникации: подходы к изучению и тенденции развития	Т, КР
Тема 1.1.	Массовая информация, коммуникация и коммуникационный процесс	О, ПЗ, ДК
Тема 1.2.	Особенности прессы, радио, ТВ, Интернет-СМИ	К, ГД
Раздел 2.	Система СМИ и ее элементы	Т, КР
Тема 2.1.	История развития массовой информации на Западе и в России	О, ДК, ГД
Тема 2.2.	Системные характеристики, типология, функции СМИ	О, ДК, РИ, ПЗ
Раздел 3.	Принципы правового и этического регулирования СМИ	Т, КР
Тема 3.1.	Правовой режим массовой информации	ПЗ, ГД
Тема 3.2.	Концепция и содержание журналистской этики	ДК, О
Раздел 4.	Основы медиаэкономики и менеджмента СМИ	Т, КР
Тема 4.1.	Принципы редакционного менеджмента	О, ДК, РИ
Тема 4.2.	Медиаэкономика России и зарубежных стран, маркетинг в структуре менеджмента СМИ	ГД, К
Раздел 5.	Теория и практика журналистской деятельности	Т, КР
Тема 5.1.	Принципы журналистской деятельности	РИ, О, ГД
Тема 5.2.	Методы исследования действительности в журналистике и медиатекст	О, ПЗ, ГД
Тема 5.3.	Жанровая система журналистских произведений	ПЗ, ДК
Раздел 6.	Техника и технология СМИ: пресса, радио, ТВ и интернет	Т, КР
Тема 6.1.	Техника и технология периодических изданий, радиовещания, телевидения	О, ГД
Тема 6.2.	Технологические принципы СМИ в сети Интернет	ПЗ, ДК

4. Основная литература

1. Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть : учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" / А. Г. Киселев. - Москва : ЮНИТИ, 2010. - 431 с. – То же [Электронный ресурс]. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/15475>, требуется авторизация (дата обращения : 10.08.2016). — Загл. с экрана.

2. Ключев, Ю. В. Теория и практика массовой информации [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Ю. В. Ключев. – Электрон. данные. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 100 с. – Доступ из Унив. б-ки ONLINE. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429884>, требуется авторизация (дата обращения: 16.08.2016). – Загл. с экрана.

¹ Формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), диалоговый контроль (ДК), письменное задание (ПЗ), контрольная работа (КР), коллоквиум (К), групповая дискуссия (ГД), ролевая игра (РИ) и др.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА (Б1.Б24)

не устанавливается

краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор – составитель:

кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента

В.М. Матюнин

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

УК ОС-3 - способность вести себя в соответствии с требованиями ролевой позиции в командной работе.

2. План курса:

Раздел 1. Теоретические основы менеджмента

Тема 1.1. Цели, задачи и основные функции менеджмента

Сущность менеджмента и его отличие от других видов человеческой деятельности. Управленческий труд и его специфика. Понятия «управление» и «менеджмент». Управленческий труд и его специфика: цель, предмет, средства, характеристика, продукт управленческого труда. Современные проблемы менеджмента и возможные пути их решения.

Тема 1.2. Исторические тенденции развития менеджмента

Эволюция теории и практики управления. Основные школы и научные подходы к управлению. Школа научного управления. Классическая, или административная, школа в управлении. Школа человеческих отношений. Новые школы в управлении (управление с позиции организационного поведения, количественный подход в управлении).

Современные концепции менеджмента: управление изменениями, управление качеством, проектный менеджмент, управление по результатам, менеджмент маркетинг, новые управленческие ценности. Проблемы использования зарубежного опыта.

Тема 1.3. Системный подход в менеджменте

Системный подход в менеджменте. Понятие «система». Виды систем. Классификация систем. Свойства систем. Понятие целостности системы. Иерархичность и структурность элементов системы. Функциональная взаимосвязь элементов системы. Упорядочение элементов системы. Применение системного подхода и системного анализа в управлении.

Тема 1.4. Организация как объект управления

Определение организации. Общая характеристика и виды организации. Основные элементы организации. Специфика управленческой деятельности в зависимости от класса организации.

Характеристика внутренней среда организации. Взаимосвязь и взаимозависимость элементов организации. Границы организации.

Внешняя среда организации и ее диагностика в процессе деятельности. Факторы внешней среды. Методы диагностики внешней и внутренней среды.

Тема 1.5. Целеполагание в процессе управления

Понятие «цель» и значение целеполагания в управлении. Этапы целеполагания. Миссия организации и ее отличие от цели. Разнообразие целей в управлении и признаки их классификации. Свойства целей: иерархичность, соподчиненность, декомпозиция цели. Понятие «дерево

целей». Общие правила постановки и требования к формулированию целей. Примеры постановки целей для организаций.

Раздел 2. Функции, методы, структуры и управленческие решения в менеджменте

Тема 2.1 Сущность функциональной управленческой деятельности. Классификация функций

Определение понятия «функции управления». Управление как совокупность взаимосвязанных функций. Цикл управления.

Общие функции управления: прогнозирование, перспективное и текущее планирование, организация работ, мотивация (стимулирование), учет, анализ и контроль.

Специализированные функции. Типовой состав и классификация функций действующего предприятия. Взаимосвязь общих и специальных функций.

Тема 2.2. Планирование и прогнозирование в управленческой деятельности

Прогнозирование и планирование, их содержание. Разработка и реализация перспективных и текущих планов. Методика «скользящего планирования». Особенности «долгосрочного планирования» и «стратегического планирования». Виды планов на предприятии и их взаимосвязь.

Тема 2.3. Организация как функция управления

Организация как функция управления, ее содержание. Организация, упорядочивание, структуризация систематизация деятельности на предприятии. Двойственность организации: организация как процесс формирования структуры объекта и субъекта управления и организация как процесс создания условий для эффективного функционирования объекта и субъекта управления.

Тема 2.4. Мотивация деятельности в менеджменте

Мотивация деятельности в системе менеджмента. Определение понятия «мотивация». Значение мотивации в управлении организацией. Содержательные теории мотивации. Процессуальные теории мотивации. Использование мотивационных теорий в практике управления организацией. Учет специфики объекта управления при выборе мотивационных концепций.

Тема 2.5. Координация и контроль в управленческом процессе

Координация в управленческом процессе Контроль в управленческом процессе. Общая характеристика контроля. Виды контроля (предварительный, текущий и заключительный). Возможные объекты контроля (цели, результаты, процесс, объект в целом, отдельные параметры и т.п.). Критерии выбора форм контроля. Этапы контроля. Организация контроля за деятельностью подчиненных. Эффективность контроля. Проблемы контроля в менеджменте.

Тема 2.6. Организационные структуры управления

Определение понятия «структура управления». Организационная структура как форма реализации системного подхода к управлению,

информационному обеспечению и делегированию полномочий. Уровни управления. Нормы управляемости. Построение организационных структур.

Виды структур управления. Бюрократические и адаптивные организационные структуры. Принципы проектирования структуры управления организаций.

Реорганизация и совершенствование структур. Делегирование. Ответственность. Организационные полномочия. Виды полномочий: линейные (аппаратные) и штабные. Распределение полномочий.

Тема 2.7. Разработка и реализация управленческих решений в менеджменте

Роль решения в управлении. Определение понятий «управленческое решение». Решение как элемент обратной связи. Классификация решений. Принцип достаточности и необходимости в принятии решений. Основные этапы процесса выработки решения. Требования к оценке управленческих решений. Причины принятия неэффективных решений. Методы подготовки решений.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1	Введение в медиарилейшнз	
Тема 1.1	Медиарилейшнз как система построения отношений со СМИ	Устные ответы на вопросы
Тема 1.2	Феномен новостей	Ответы на вопросы тестирования
Тема 1.3	Информационный повод	Написание конспектов
Раздел 2	Технологии взаимодействия с прессой	
Тема 2.1	Пресс-релиз	Устные ответы на вопросы
Тема 2.2	Другие виды неконтролируемых организацией PR-материалов, предназначенных для СМИ	Ответы на вопросы тестирования
Тема 2.3	Пресс-конференция	Написание конспектов
Тема 2.4	Другие виды мероприятий для журналистов	Написание доклада, контрольной работы
Раздел 3	Технологии взаимодействия с другими целевыми аудиториями	
Тема 3.1	Контролируемые организацией PR-материалы для внешних аудиторий	Устные ответы на вопросы
Тема 3.2	Технологии подготовки публичных мероприятий	Ответы на вопросы тестирования
Тема 3.3	Технология подготовки речей (спичрайтинг)	Написание конспектов
Раздел 4	PR-практики в различных сферах коммуникативного пространства	

Тема 4.1	PR-практики в бизнесе	Устные ответы на вопросы
Тема 4.2	PR-практики в сфере государственного управления	Написание доклада, курсовой работы

Форма промежуточной аттестации: **зачет**.

4. Основная литература

1. Бирман, Л. А. Общий менеджмент [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Л. А. Бирман. - 2-е изд., перераб. и доп. - Электрон. дан. - Москва : Дело, 2015. - 398 с. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». – Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=444225>, требуется авторизация (дата обращения : 25.11.2016). – Загл. с экрана. - То же [Электронный ресурс]. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». — Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/51040>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2016). – Загл. с экрана.
2. Виханский, О. С. Менеджмент: учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. - 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Экономистъ, 2002. - 528 с.
3. Гапоненко, А. Л. Менеджмент [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / А. Л. Гапоненко ; под общ. ред. А. Л. Гапоненко. — Электрон. дан. — Москва : Юрайт, 2016. — 396 с. — Доступ из ЭБС изд-ва «Юрайт». — Режим доступа : <https://www.biblio-online.ru/book/20A2A841-21B8-4CE4-A046-9C61B0D6D459>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2016). — Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет Политики и международных отношений

Кафедра менеджмента

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ДИСЦИПЛИНЫ
ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА**

(Б1.Б.25)

не устанавливается

краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»
квалификация выпускника: бакалавр
форма обучения: очная, заочная

Год набора 2020

Автор–составитель:

Канд.соц.наук, доцент кафедры менеджмента Дзядуков Константин Игоревич

Новосибирск, 2019 г.

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области способности правильно квалифицировать факты и обстоятельства для осуществления деятельности, связанной с реализацией мероприятий по выстраиванию взаимоотношений с заинтересованными сторонами в ходе обмена материальными ресурсами и нематериальными ценностями в рамках товарно-денежных отношений.

2. План курса:

Раздел 1. Управление на принципах маркетинга

Тема 1.1. Понятие маркетинга. Основные концепции. Цели, принципы и функции маркетинга

Управление компании на принципах маркетинга. Рыночная ориентация компании. Классические и современные понятия маркетинга. Эволюция содержания, форм и концепций маркетинга. Основные принципы маркетинга. Содержание и цели маркетинговой деятельности. Функции маркетинга: аналитическая, производственная, сбытовая, управления и контроля. Виды маркетинга. Основные характеристики рынка. Рынок продавца и рынок покупателя.

Концепции маркетинга: концепция совершенствования производства, концепция совершенствования продукта (товара), концепция интенсификации коммерческих усилий, концепция маркетинга, концепция социально-этичного маркетинга, мимотического, интернет-маркетинга.

Тема 1.2. Маркетинговая среда

Внешняя маркетинговая среда. Экономические, социальные, политико-правовые, природные, технологические и иные внешние факторы. Методика анализа макросреды: STER-анализ.

Внутренняя маркетинговая среды: потребители, поставщики, конкуренты, посредники, контактные аудитории. Методика SWOT-анализа. Анализ конкурентов, выявление конкурентных преимуществ организации. Оценка сильных и слабых сторон конкурентов. Определение стратегии конкурентов. Конкурентная среда и принципы ее анализа.

Тема 1.3. Процесс управления маркетингом

Сущность и подходы к организации маркетинговой деятельности. Содержание процесса управления маркетингом, принципы планирования, основные задачи в планировании. Стратегический маркетинг. Стратегическое планирование. Миссия. Цели, задачи. Маркетинговые возможности фирмы, выбор рыночной позиции. Стратегия и тактика маркетинга. Маркетинговый план.

Понятие комплекса маркетинга. Эволюция комплекса маркетинга.

Механизм управления и планирования маркетинга на предприятии. Основные задачи и функции службы маркетинга Организационные структуры маркетинга. Маркетинговые службы по функциям, по продукту, по региону, по группам потребителей. Основные требования к построению маркетинговых служб.

Тема 1.2. Маркетинг в различных сферах деятельности

Маркетинг сферы услуг. Природа услуг и их классификация. Маркетинговые стратегии в сфере обслуживания. Международный маркетинг. Финансовый маркетинг. Банковский и страховой. Маркетинг в сфере шоу-бизнеса, спорта, образования. Здравоохранения.. Некоммерческий маркетинг: государственных, муниципальных, региональных учреждений. Социальный маркетинг. Политмаркетинг. Фандрайзинг. Маркетинг территорий. Особенности.

Периодизация развития маркетинга в мировой практике. Становление маркетинга как философии предпринимательства и функции управления предприятием. Развития маркетинга отношений, индивидуального маркетинга. Эволюция маркетинга на российских предприятиях.

Раздел 2. Корпоративные и маркетинговые стратегии

Тема 2.1. Стратегический маркетинг

Маркетинговая стратегия, ее реализация, эффективность. Цели реализации маркетинговой стратегии. Преимущество стратегического подхода. Связь корпоративных и маркетинговых стратегий. Модель возможности развития товар/рынка. Матрица Ансоффа. Методика портфельного анализа БКГ.

Тема 2.2. Конкурентоспособность и конкурентные стратегии

Понятие, сущность, факторы конкурентоспособности. Различие понятий конкуренция и конкурентоспособность. Факторы и методика конкурентных сил М. Портера. Индикаторы конкурентоспособности и особенности измерения. Использование баз данных PIMS в процессе стратегического планирования. Препятствия, возникающие при осуществлении стратегий маркетинга. Стратегический и оперативный маркетинговый контроль.

Тема 2.3. Институциональные ограничения маркетинговых процедур

Законодательство «О защите конкуренции», как институциональная платформа предупреждения монополистических действий, антиконкурентного поведения органов власти и недобросовестной конкуренции. Понятие недобросовестной конкуренции. Регулирование маркетинговых технологий (торговых практик) субъектов, занимающих доминирующее положение.

Закон «О рекламе». Основные положения. Общие и специальные требования к рекламе.

Закон "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации". Особенности и требования к функционированию торговых сетей. Особенности реализации и контроля маркетинговой стратегии торговых сетей. Ответственность за нарушение законодательства.

Раздел 3. Потребительское поведение, исследования и сегментирование рынка

Тема 3.1. Изучение потребителя с целью формирования маркетинговой стратегии компании

Понятие и основные положения в теории «потребительского поведения» и изучения потребителя. Различные аспекты поведения потребителей. Психология потребителя. Влияние среды на потребителя: культуры, конфессиональной принадлежности, этнических моделей, социального статуса, домохозяйств и др.

Особенности и индивидуальные различия. Факторы, влияющие на поведение организаций-потребителей. Управление взаимоотношений в маркетинге.

Тема 3.2. Процессы принятия решения потребителем

Особенности процесса и модели принятия решения потребителем. Типы процессов принятия решений. Факторы, влияющие на решение проблем о покупке. Осознание потребности и поиск. Оценка вариантов перед покупкой. Покупка, удовлетворение, потребление.

Индивидуальные различия. Ресурсы и отношений потребителей. Мотивации и самовосприятие. Личность, ценности и стиль жизни.

Тема 3.3. Маркетинговые исследования, сегментирование рынка и позиционирование

Сущность и типы маркетинговых исследований. Процедура маркетинговых исследований. Основные направления исследования в маркетинге : исследование рынка, потребителей, конкурентов, товаров, цен, товародвижение, системы стимулирования сбыта, внутренней среды предприятия. Три варианта стратегии охвата рынка. Понятие емкости рынка.

Инструменты маркетингового исследования. Кабинетные исследования и внекабинетные исследования.

Подготовка отчета по результатам маркетинговых исследований.

Уровни и принципы сегментирования рынков. Виды сегментации: макросегментация и

микросегментация, сегментация вглубь и вширь. Основные переменные (критерии) сегментации, анализ потребителей. Критерии эффективного сегментирования. Принципы сегментирования деловых рынков.

Выбор и разработка целевых рынков. Стратегии целевого маркетинга: недефференцированный маркетинг, дифференцированный маркетинг, концентрированный маркетинг. Позиционирование товаров на целевых рынках. Ключевые факторы успешного позиционирования.

Раздел 4. Потребительское поведение, исследования и сегментирование рынка

Тема 4.1. Товарная политика

Товар в системе маркетинга. Виды классификации товара. Сущность маркетинга-микс (комплекса маркетинга) и место в нем товарной политики. Мультиатрибутивная модель товара.

Жизненный цикл товара (ЖЦТ). Управление ЖЦТ. Товарный ассортимент и ассортиментная политика фирм. Анализ и управление ассортиментной линией. Продление жизненного цикла товара: основные методы. Анализ структуры продаж. Поведение предприятия на рынке в зависимости от стадии жизненного цикла товара. Новые товары в рыночной стратегии. Разработка нового товара.

Конкурентоспособность товара. Сервис, товарные марки, упаковка. Принятие решение об упаковке и этикетке.

Управление торговыми марками. Брендинг и его роль в маркетинге и стратегии деятельности компании. Позиционирование торговых марок.

Тема 4.2. Ценовая политика

Роль цены в комплексе маркетинга. Отношения «цена-качество» - центральный вопрос решений в рамках политики цен. Факторы ценообразования: внешние и внутренние. Эластичность цен. Особенности ценообразования в маркетинге: товары эластичного, неэластичного спроса, запасные части, импортируемая и экспортируемая цена. Методы ценообразования: ценообразование с точки зрения затрат, спроса, конкуренции. Виды ценовых решений в маркетинге. Адаптация цены.

Стратегии ценообразования. Стратегии установления цен на новые товары. Стратегии установления цен в рамках товарной номенклатуры. Стратегии корректировки цен. Варьирование ценами и реакция на изменение цен. Торговые скидки, наценки, бонусные и иные формы варьирования ценами.

Тема 4.3. Политика распределения

Понятие, структура и виды каналов распределения. Динамика каналов распределения. Товародвижение. Методы распространения товара: розничная и оптовая торговля. Содержание и виды торгово-посреднических операций. Экономическая роль каналов распределения. Функции каналов распределения (сбыта). Коммерческие потоки между участниками обмена. Виды и выбор каналов распределения. Оценка различных вариантов распределения. Управление каналами распределения. Франчайзинг. Мерчендайзинг.

Маркетинговая логистика. Управление розничными и оптовыми продажами. Основные методы сбыта, уровни каналов распределения. Традиционная структура канала распределения и вертикальные маркетинговые системы. Основные формы вертикальных

маркетинговых систем. Прямой маркетинг. Интернет-маркетинг. Многоуровневый маркетинг.

Тема 4.4. Коммуникации маркетинга

Содержание маркетинговых коммуникаций и их место в системе маркетинга. Определение целевой контактной аудитории.

Продвижение продукции, формы активного продвижения товаров. Маркетинговые коммуникации: сущность комплекса маркетинговых коммуникаций: реклама, личная продажа, стимулирование сбыта, публич рилейшнз. Этапы разработки эффективной коммуникации. Разработка бюджета маркетинговых коммуникаций.

Реклама и её место в коммуникационной политике. Личная продажа. Преимущества персональной продажи услуг. Стимулирование сбыта, основные способы и эволюция развития. Публич рилейшнз (PR) как важнейшая составляющая продвижения товаров и услуг на рынке. Имидж организации.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Для проведения занятий по очной форме обучения

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1	Управление на принципах маркетинга	
Тема 1.1.	Понятие маркетинга. Основные концепции. Цели, принципы и функции маркетинга	Устный/письменный ответ на вопросы Устное/письменное выполнение практического задания
Тема 1.2.	Маркетинговая среда	Устный/письменный ответ на вопросы Устное/письменное выполнение практического задания
Тема 1.3.	Процесс управления маркетингом	Устный/письменный ответ на вопросы Устное/письменное выполнение практического задания
Тема 1.4.	Маркетинг в различных сферах деятельности	Устный/письменный ответ на вопросы Устное/письменное выполнение практического задания
Раздел 2	Корпоративные и маркетинговые стратегии	
Тема 2.1	Стратегический маркетинг	Устный/письменный ответ на вопросы Устное/письменное выполнение практического задания
Тема 2.2.	Конкурентоспособность и конкурентные стратегии	Устный/письменный ответ на вопросы Устное/письменное выполнение практического задания
Тема 2.3.	Институциональные ограничения маркетинговых процедур	Устный/письменный ответ на вопросы Устное/письменное выполнение практического задания

Раздел 3	Потребительское поведение, исследования и сегментирование рынка стратегии Государственные регуляторы	
Тема 3.1.	Изучение потребителя с целью формирования маркетинговой стратегии компании. Особенности и индивидуальные различия	Устный/письменный ответ на вопросы Устное/письменное выполнение практического задания
Тема 3.2.	Процессы принятия решения потребителем	Устный/письменный ответ на вопросы Устное/письменное выполнение практического задания
Тема 3.2.	Маркетинговые исследования, сегментирование рынка и позиционирование	Устный/письменный ответ на вопросы Устное/письменное выполнение практического задания
Раздел 4	Управление на принципах маркетинга	
Тема 4.1.	Товарная политика	Устный/письменный ответ на вопросы Устное/письменное выполнение практического задания
Тема 4.2.	Ценовая политика	Устный/письменный ответ на вопросы Устное/письменное выполнение практического задания
Тема 4.3.	Политика распределения	Устный/письменный ответ на вопросы Устное/письменное выполнение практического задания
Тема 4.4.	Коммуникации маркетинга	Устный/письменный ответ на вопросы Устное/письменное выполнение практического задания
	Выполнение исследовательской работы по курсу	Отчет, Публичная презентация

Форма промежуточной аттестации – зачет

4. Основная литература.

1. Минько, Э. В. Маркетинг [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Э. В. Минько, Н. В. Карпова. - Электрон. дан. – Москва : Юнити-Дана, 2015. - 351 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114714>, требуется авторизация (дата обращения : 02.08.2016). - Загл. с экрана.
2. Пичурин, И. И. Основы маркетинга. Теория и практика [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов / И. И. Пичурин, О. В. Обухов, Н. Д. Эриашвили Н. Д. - Электрон. дан. – Москва : Юнити-Дана, 2015. – 383 с. - Доступ из «Унив. б-ки ONLINE». - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116637>, требуется авторизация (дата обращения : 02.08.2016). - Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
Факультет политики и международных отношений
Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ПОЛИТИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ

(Б1.Б.26)

Краткое наименование – Полит. маркетинг

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»
Квалификация выпускника: Бакалавр
Форма обучения: очная, заочная

Год набора 2020

Автор-составитель:

к.ист.н., доцент, декан факультета ПиМО

С.В. Козлов

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

УК ОС-10 - способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности;

ОПК-4 - умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.

2. План курса:

Раздел 1. Теоретические основы политического маркетинга

Тема 1.1. Становление и развитие представлений о политических отношениях как о рынке властных ресурсов

Политика как борьба за доступ к властным ресурсам и установление контроля над ними. *М. Вебер* – родоначальник теории плебисцитарной демократии и представлений о власти как «товаре», который служит предметом обмена, покупки и распределения на «рынке» под названием «политика». *Й. Шумпетер* о демократической политике как рыночном процессе. Демократия как отбор политических лидеров. Выборы как участников избирательной кампании как разновидность деятельности по продаже товаров и услуг (*Ю. Хабермас*). Политическое поле, политический капитал и политическая игра (*П. Бурдьё*).

Тема 1.2. Сущность и структура политического маркетинга

Соотношение понятий «маркетинг» и «политический маркетинг». Определения политического маркетинга. Функции политического маркетинга. Субъект и объект политического маркетинга. Трактовки политического маркетинга: узкая, расширительная, широкая. Структура политического маркетинга. Избирательный политический маркетинг. Электоральный рынок и рынок политических «товаров» как объекты изучения и применения маркетинговых технологий. Задачи электорального маркетинга. Государственный политический маркетинг: цели, задачи, особенности. Глобальный или международный политический маркетинг: цели и основные акторы.

Тема 1.3. Комплекс коммуникаций политического маркетинга

Основные понятия и категории политического маркетинга. Связи с общественностью в политических кампаниях: цели, задачи, предмет, объект, коммуникативные каналы, типы обращений. Цели, задачи, предмет, объект и коммуникативные каналы пропаганды. Политическая реклама: цели, задачи, субъект, объект, функции, методы и коммуникативные каналы. Понятие и

коммуникативные каналы директ-маркетинга. Особенности личных продаж и стимулирования сбыта в политической коммуникации.

Раздел 2. Использование маркетинговых коммуникаций в политических кампаниях

Тема 2.1. Целевые аудитории PR в политической коммуникации

Политические партии как субъект PR-деятельности в политических кампаниях. Общественные организации, общественные движения, общественные фонды, органы общественной самодеятельности и их участие в политическом процессе. Электорат как целевая аудитория. Факторы, формирующие политический выбор. Медиа как аудитория публичных рилейшнз в политической коммуникации. Задачи, правила и формы взаимодействия со средствами массовой коммуникации.

Тема 2.2. Планирование политических кампаний

Проведение исследований и анализ предвыборной ситуации. Технологии проведения электоральных исследований. Формальные и неформальные, прямые и косвенные, количественные и качественные методы исследований. Информационные ресурсы предвыборной кампании. Исследования округа: географическая информация, демографические, социально-экономические, исторические, культурные данные, данные о политической ситуации и преступности. Исследование состояния общественного мнения: исследование электората и анализ авторитетных мнений. Исследование средств массовой информации. Исследование кандидатов-оппонентов, их команд и спонсоров. Исследование кандидата и его команды. Исследование прошлых выборов. Определение целей кампании и целевых аудиторий. Стратегическое и тактическое планирование.

Тема 2.3. Использование медиа в политических кампаниях

Создание новостных поводов. Особенности телевизионной PR-коммуникации. Формы непосредственной PR-коммуникации: выступления и теледебаты. Жанры телевизионной политической рекламы: рекламный ролик, рекламный спот, рекламный видеоклип, рекламный видеофильм, рекламная передача. Политическая реклама и PR в прессе. Формы политической PR-коммуникации в прессе: журналистские публикации, программные документы и выступления. Интернет в политической коммуникации. Информационные, презентационные и интерактивные интернет-ресурсы.

Тема 2.4. Технологии групповой и межличностной коммуникации в политических кампаниях

Коммуникация с избирателями на встречах и митингах. Встречи на специально организованных мероприятиях. Встречи по месту работы, жительства, интересов. «Случайные встречи» как политическая технология.

Общие рекомендации, позволяющие добиться максимального эффекта при встречах с избирателями. План построения политического выступления. Межличностная коммуникация в политической кампании. Кампания «от двери к двери»: особенности и правила осуществления. Директ-маркетинг в политической кампании. Почтовые рекламные обращения. Телефонный маркетинг в политической кампании. Почтовая рассылка.

Тема 2.5. Прямая политическая реклама

Политические плакаты и афиши. Требования к плакату. Особенности политической афиши. Политическая листовка как жанр. Основные каналы распространения листовок. Разновидности листовок: имиджевая, программная, презентационная, биографическая, информационная, проблемная, дискредитационная листовки, «визитная карточка», листовка-приглашение, листовка-памятка, листовка последнего дня. Этапы листовочной кампании. Рекомендации по организации листовочной кампании. Политический буклет: рекомендации по оформлению. Политический портрет.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1	Теоретические основы политического маркетинга	
Тема 1.1	Становление и развитие представлений о политических отношениях как о рынке властных ресурсов	Устный опрос
Тема 1.2	Сущность и структура политического маркетинга	Проверка конспектов
Тема 1.3	Комплекс коммуникаций политического маркетинга	Тестирование
Раздел 2	Использование маркетинговых коммуникаций в политических кампаниях	
Тема 2.1	Целевые аудитории PR в политической коммуникации	Устный опрос
Тема 2.2	Планирование политических кампаний	Тестирование
Тема 2.3	Использование медиа в политических кампаниях	Проверка конспектов
Тема 2.4	Технологии групповой и межличностной коммуникации в политических кампаниях	Доклад
Тема 2.5	Прямая политическая реклама	Контрольная работа

Форма промежуточной аттестации: **зачёт**.

4. Основная литература

1. *Гринберг, Т. Э.* Политические технологии: ПР и реклама: учеб. пособие для студентов вузов / Т. Э. Гринберг. – 2-е изд., испр. – Москва : Аспект Пресс, 2012. – 280 с. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/9021>, требуется авторизация (дата обращения: 15.08.2016). - Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

БРЕНДИНГ

(Б1.Б27)

не устанавливается

краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор – составитель:

к.и.н. доцент кафедры ПНиТ

М.П. Беленко

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

ОПК-1 - способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.

УК ОС-2- способность разрабатывать проект на основе оценки ресурсов и ограничений.

2. План курса:

Раздел 1. Бренд как элемент коммуникаций организации

Тема 1.1. Бренд как инструмент маркетинга

Психологические

Тема 1.2. Преимущества и недостатки бренда

Бренд как маркетинговая категория. Возникновение брендов и их рыночная ниша. Когда бренд становится брендом? Бренд и торговая марка, бренд и место производства товара, бренд и патент. Когда и кому целесообразно развивать товар или услугу как бренд? Преимущества бренда для покупателя: символическое значение, стабильно качество, отсутствие необходимости выбора. Преимущества бренда для производителя: «запас» потребительской лояльности, дополнительные варианты монетизации, более высокая маржа (по сравнению с не-брендами).

Тема 1.3. Элементы бренда

Бренд как совокупность элементов. Цена, форма, цветовое решение, логотип, музыкальная тема, шрифт и другие элементы. Сочетаемость элементов. Вариативность и изменчивость элементов. Разница между товарным брендом и брендом организации. Бренды в сфере услуг. Восприятие брендов: национальные и локальные особенности.

Раздел 2. Создание и управление брендом

Тема 2.1. Алгоритм создания бренда

Создание бренда как алгоритм. Критерии нейминга – фоно-семантический, психо-семантический, юридический, лингвистический. Использование аббревиатур для именования брендов – плюсы и минусы. Определение оптимального размера упаковки и цены. Тестирование потребительских качеств бренда, тестирование элементов бренда, тестирование промо-материалов – принципы и технологии. Допустимые и недопустимые методы исследования.

Тема 2.2. Приемы продвижения брендов

Этапы продвижения. Цели и задачи продвижения, измерение эффективности продвижения бренда. Кампании по продвижению брендов. Традиционные каналы продвижения и интернет. Инструменты интернет-продвижения: SEO оптимизация, SMM, PR-продвижение. Управление репутацией в сети. GIS-системы в продвижении брендов. Точки размещения рекламы при продвижении брендов. Объемы рекламирования – как не переплачивать за неэффективную рекламу

Тема 2.3. Особенности управления товарным брендом

Ошибки брендинга. Ребрендинг. Ошибки дистрибуции. Когда можно и когда нельзя продвигать бренд с помощью PR. Спонсорство. Зонтичные бренды – внутренние и внешние. «Точка возникновения» бренда: бренды производителя, бренды дистрибьютора, бренды торговой сети. Восприятие бренда покупателем и потребителем. Приемы обеспечения потребительской лояльности. Этапы жизненного цикла товарного бренда.

Тема 2.4. Особенности управления брендом организации

Стоимость и структура бренда организации. Виды организаций, этапы жизненного цикла организации. Этапы жизненного цикла бренда организации. Аудитории-реципиенты корпоративного брендинга. Ценности корпоративных брендов. Обеспечение лояльности целевых аудиторий. Измерение лояльности. Понятий ближней торговой зоны. Определение каналов продвижения бренда организации.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1	Теоретические основы имиджа	
Тема 1.1	Бренд как инструмент маркетинга	Устные ответы на вопросы
Тема 1.2	Преимущества и недостатки бренда	Устные ответы на вопросы
Тема 1.3	Элементы бренда	Подготовка текста доклада
Раздел 2	Формирование и управление имиджем	
Тема 2.1	Алгоритм создания бренда	Написание контрольной работы
Тема 2.2	Приемы продвижения брендов	Устные ответы на вопросы
Тема 2.3	Особенности управления товарным брендом	Устные ответы на вопросы
Тема 2.4	Особенности управления брендом организации	Подготовка текста доклада

Форма промежуточной аттестации: **экзамен.**

4. Основная литература

1. Годин, А. М. Брендинг [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А. М. Годин. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2013. — 183 с. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/24775>, требуется авторизация (дата обращения : 21.07.2016). - Загл. с экрана.
2. Головлева, Е. Л. Основы брендинга [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Е. Л. Головлева. — Электрон. дан. — Москва : Моск. гуманитар. ун-т, 2011. — 164 с. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/8613>, требуется авторизация (дата обращения : 21.07.2016). - Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ИМИДЖМЕЙКЕРСТВО

(Б1.Б28)

не устанавливается

краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор – составитель:

к.и.н. доцент кафедры ПНиТ

М.П. Беленко

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

ОПК-1 - способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.

УК ОС-2- способность разрабатывать проект на основе оценки ресурсов и ограничений.

2. План курса:

Раздел 1. Теоретические основы имиджа

Тема 1.1. Составляющие имиджевой коммуникации

Психологические предпосылки возникновения имиджа. Коммуникативная модель формирования имиджа (имидж как символическое взаимодействие). Тройственное понимание субъекта имиджа: субъект воспринимающий (аудитория), субъект транслирующий (прообраз) и субъект формирующий (имиджмейкер). Формирование имиджа как субъект-субъектное взаимодействие. Формирование имиджа как создание социальной реальности в сознании людей. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа. Социальные стереотипы и установки. Значение и личностный смысл. Семиотические процессы формирования имиджа. Психологическая структура и типология имиджа.

Тема 1.2. Прагматика имиджевой коммуникации

Позиционирование: отбор, утрировка, перевод, вербализация, эмоционализация, мифологизация. Контрреклама: прямое опровержение, не прямое опровержение, отвлечение внимания, молчание, предупреждение. Создание благоприятных ситуаций, менеджмент акций. Привлекающие и отвлекающие внимание ситуации. Создание благоприятных контекстов: изменение понимания реципиентом событий, явлений и персон путем изменения их взаимосвязи. Коррекция имиджа

Тема 1.3. Типы имиджа, имиджевые характеристики

Когнитивный, аффективный и поведенческий компоненты имиджа. Сознательный и бессознательный уровни функционирования имиджа. Функциональные и психологические преимущества объекта. Ключевые имиджевые характеристики объекта. Личность как реципиент имиджа. Малая, средняя и большая социальные группы как аудитория имиджа. Массовая аудитория имиджа. Виды объектов имиджа: личность и организация. Виды имиджа. Профессиональный имидж. Типологии по области применения: бизнес, реклама, шоу-бизнес, политика, управление организацией.

Раздел 2. Формирование и управление имиджем

Тема 2.1. Целевые аудитории в имиджевой коммуникации

Основания для выделения целевых аудиторий – географические, гендерные, экономические, стилистические, социально-демографические, коммуникационные, ценностные.

Тема 2.2. Стратегии и тактики построения имиджа

Этапы имиджевой кампании: «оценка аудитории», «изучение объекта», «коррекция характеристик объекта», «планирование», «символизация», «презентация имиджа». Стратегия построения имиджа. Плюсы и минусы наличия стратегии. SWOT-анализ и его этапы. Особенности SO, ST, WO и WT-стратегий. Тактики работы с имиджем. Четыре задачи связей с общественностью (И. Викентьев): позиционирование, возвышение имиджа, «снижение» имиджа, возвышение «уроненного» имиджа (контрреклама или контрпропаганда).

Тема 2.3. Индивидуальный имидж

Внешняя и внутренняя мотивация по созданию имиджа. Оригинальный и наведенный виды имиджа. Имидж, ориентированный на самоощущение, и имидж, ориентированный на восприятие. Я-концепция и Я-образ. Взаимоотношения имиджа, Я-реального, Я-идеального и Образа Я у других. Механизмы каузальной атрибуции. Тело, лицо, поведение человека как объект его имиджа. Закономерности зрительного восприятия лица и фигуры человека. Психологическая характеристика стилей одежды. Совершенствование рефлексивно-перцептивных способностей. Развитие способностей по диагностике и экспрессии эмоционального состояния. Самопрезентация. Факторы восприятия личности в общественном сознании. Критерии эффективности индивидуального имиджа. Навыки высокоэффективных людей (по Стивену Кови).

Тема 2.4. Имидж политического лидера

Структура и компоненты имиджа политика. Модель внутреннего пространства личности. «Окно Джогарри»: открытая, «слепая», скрытая и неведомая зоны. Инструменты коррекции имиджа руководителя. Средства интернета для формирования имиджа. Технические средства самопрезентации: сайт, блог, подкастинг, социальные сети.

Тема 2.5. Имидж организации

Функции и целевые аудитории. Имиджевая коммуникация: причины и поводы. Структура имиджа организации (В. Королько). Четыре компонента имиджа организации (К. Шенфельд). Инструменты формирования имиджа. Реальный, «зеркальный» и идеальный имидж. Коррекция имиджа как процесс. «Имиджевые» вопросы (Г. Левинсон и А.Ю. Смирнов). Организация как дом (А.И. Чумиков).

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1	Теоретические основы имиджа	
Тема 1.1	Составляющие имиджевой коммуникации	Устные ответы на вопросы
Тема 1.2	Прагматика имиджевой коммуникации	Написание конспектов
Тема 1.3	Типы имиджа, имиджевые характеристики	Ответы на вопросы тестирования
Раздел 2	Формирование и управление имиджем	
Тема 2.1	Целевые аудитории в имиджевой коммуникации	Устные ответы на вопросы
Тема 2.2	Стратегии и тактики построения имиджа	Ответы на вопросы тестирования
Тема 2.3	Индивидуальный имидж	Написание конспектов
Тема 2.4	Имидж политического лидера	Написание доклада
Тема 2.5	Имидж организации	Написание контрольной работы

Форма промежуточной аттестации: **экзамен.**

4. Основная литература

1. Аверченко, Л. К. Имиджелогия : учеб. пособие для студентов всех форм обучения / Л. К. Аверченко ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Сиб. ин-т упр. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2014. - 197 с. – То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. Ин-т упр. – филиал РАНХиГС. - Режим доступа : <http://www.sapanet.ru>, требуется авторизация (дата обращения : 01.08.16). - Загл. с экрана.
2. Горчакова, В. Г. Имиджелогия: теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов / В. Г. Горчакова. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2014. - 335 с. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/15362>, требуется авторизация (дата обращения : 01.08.16). – Загл. с экрана. - То же [Электронный ресурс]. – Доступ из Унив. б-ки ONLINE. – Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115022>, требуется авторизация (дата обращения : 01.08.2016). – Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ОСНОВЫ МЕДИАПЛАНИРОВАНИЯ (Б1.Б.29)

не устанавливается

краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор – составитель:

к.и.н. доцент кафедры ПНиТ

М.П. Беленко

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

ОПК-2 - владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью.

УК ОС-2 - способность разрабатывать проект на основе оценки ресурсов и ограничений.

2. План курса:

Раздел 1. Теоретические аспекты медиапланирования.

Тема 1.1. Медиапланирование как дисциплина: предмет, задачи, и историческое развитие медиапланирования

Особенности медиапланирования как научной дисциплины. Предмет и объект медиапланирования. Причины и факторы выделения медиапланирования из социологии как отдельного направления деятельности. Медиаисследования – методы, направления, результаты. Медийные и аудиторные исследования. Погрешности и умолчания медиа-данных.

Тема 1.2. Основные термины и концепции медиапланирования

Рекламный контакт, рейтинг, охват, доля, совокупный рейтинг и финансовые показатели медиапланирования и медиаплана. Оптимизация медиаплана по удельной стоимости, по длительности, по охвату. RACE и алгоритмы медиапланирования. Подготовка данных для медиапланирования. Связь медиапланирования и маркетинга. Стратегия и тактика в медиапланировании. Медиа-баинг. Оценка эффективности рекламы.

Тема 1.3. Виды целевых аудиторий в медиапланировании, их особенности, разновидности предназначенных для них типов рекламы.

Классификация целевых аудиторий с точки зрения цикла покупки: определившиеся, неопределившиеся, потенциальные покупатели. Продающая, информирующая, имиджевая реклама. Критерии их эффективности – рост продаж, рост знания марки, эстетическое удовольствие. Комбинированная реклама. Ошибки рекламирования и их причины.

Раздел 2. Практика медиапланирования: специфика использования различных каналов для размещения контента.

Тема 2.1. Медиапланирование на радио

Радиовещание в России – станции, каналы, игроки рынка радио-рекламы. Тренды развития рекламы на радио. Зоны охвата (вещания) радио с точки зрения целевой аудитории. Особенности восприятия радио-рекламы: наличие эксклюзивной аудитории, возможности для таргетирования, скудость выразительных средств, «убегание» аудитории. Отличие рекламы на радио от аудио-рекламы. Плюсы, минусы и оптимальные для радио-рекламы ниши на рынке.

Тема 2.2. Медиапланирование в прессе

Печать в современной России – количество и специфика изданий, их типология. Рыночные модели рекламирования в прессе. Отличия рекламы в газетах и журналах. Печатная реклама вне СМИ – особенности восприятие, критерии эффективности. Цветность и размер объявлений в печатной рекламе, их влияние на коммуникационный эффект. Типовые ошибки рекламы в прессе. Тенденции развития рынка печатной рекламы в РФ и в мире.

Тема 2.3. Медиапланирование на телевидении

Медиахолдинги как основные операторы телевизионной рекламы. Организационно-финансовые модели телевидения – государственное, коммерческое, общественное телевидение. Технические стандарты вещания и их влияние на рынок теле-рекламы – эфирное, кабельное, спутниковое, интернет-ТВ. Критерии и факторы эффективности телевизионной рекламы. Рыночные ниши и перспективы теле-рекламы – глобальный, национальный и местный уровни. Расчет оптимальной длины ролика и времени размещения. Мифы теле-рекламы.

Тема 2.4. Медиапланирование в наружной рекламе

Наружная и локальная реклама, их ключевые отличия и критерии эффективности – линейный размер, информационная плотность и место размещения. Выделение «ближней торговой зоны» как оптимальной территории для наружной рекламы. Факторы, влияющие на конфигурацию торговых зон – топология городской среды, плотность конкуренции, психология восприятия потребителей. Реклама на транспорте и ее эффективность. Необычная и нестандартная наружная реклама. Ошибки в использовании наружной рекламы.

Тема 2.5. Медиапланирование в интернет

Специфика интернет как канала рекламирования – интерактивность, анонимность, глобальность, мультимедийность, адаптивность, обратная связь, стоимость размещения. Виды интернет-рекламы: по форме - медийная реклама, баннерная реклама, таргетированная реклама, контекстная реклама, рассылка по e-mail. По модели распространения – вирусная и классическая.

Сервисы контекстной рекламы – Яндекс, Гугл, контекстная реклама в социальных сетях. Методы повышения эффективности контекстной рекламы. SMM и SEO как технологии продвижения в интернете, их ниши, плюсы и минусы.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1	Теоретические аспекты медиапланирования	
Тема 1.1	Медиапланирование как дисциплина: предмет, задачи, и историческое развитие медиапланирования	Устные ответы на вопросы
Тема 1.2	Основные термины и концепции медиапланирования	Написание доклада
Тема 1.3	Виды целевых аудиторий в медиапланировании, их особенности, разновидности предназначенных для них типов рекламы.	Устные ответы на вопросы
Раздел 2	Практика медиапланирования: специфика использования различных каналов для размещения контента.	
Тема 2.1	Медиапланирование на радио	Написание доклада
Тема 2.2	Медиапланирование в прессе	Написание доклада
Тема 2.3	Медиапланирование на телевидении	Написание доклада
Тема 2.4	Медиапланирование в наружной рекламе	Написание доклада
Тема 2.5	Медиапланирование в интернет	Написание доклада, контрольной работы

Форма промежуточной аттестации: **экзамен.**

4. Основная литература

1. Козлов, С. В. Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью) : учеб. пособие для студентов всех форм обучения по направлению подгот. 031600.62 - Реклама и связи с общественностью : [в 2 ч.]. Ч. 1 : Теоретические основы интегрированных коммуникаций / С. В. Козлов ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Сиб. ин-т упр. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2013. - 192 с. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа : <http://www.saranet.ru>, требуется авторизация (дата обращения : 16.07.2016). - Загл. с экрана.

2. Козлов, С. В. Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью) : учеб. пособие для студентов всех форм обучения по направлению 031600.62 - Реклама и связи с общественностью : [в 2 ч.]. Ч. 2 : Технологии интегрированных коммуникаций / С. В. Козлов ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Сиб. ин-т упр. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2014. - 215 с. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа : <http://www.saranet.ru>, требуется авторизация (дата обращения : 16.07.2016). - Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра политических наук и технологий

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ДИСЦИПЛИНЫ
КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В
СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
(Б1.Б.30)**

Коммуникационные технологии в СО
краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»
квалификация: Бакалавр
форма обучения: очная, заочная

Год набора 2020

Автор–составитель:

К.и.н., доцент КПНиТ А.Г.Минаков

Новосибирск, 2019 г.

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в сфере деловых коммуникаций в устной и письменной формах применительно к отрасли связей с общественностью.

2. План курса:

Раздел 1. Сущность коммуникаций, история, развитие, их место и роль в обществе. Виды коммуникаций. Значение коммуникационных технологий в управлении государством/организацией.

Тема 1.1. Понятие и сущность коммуникаций; составляющие коммуникационных технологий.

Тема 1.2. Коммуникации в организации как система — инструмент для управления коллективом и репутацией внутри и во внешней среде. Коммуникации для нужд мотивации персонала. Коммуникации при формировании целей и задач организации, доведения информации руководства до сотрудников и наоборот, вовлечения сотрудников в активную производственную деятельность.

Тема 1.3. Виды коммуникаций в производственной деятельности. Вербальные и невербальные коммуникации, их значение для деятельности организации.

Тема 1.4. Коммуникации в системе управления. Роль коммуникаций во взаимодействии с государственными и муниципальными структурами власти.

Раздел 2. Основной инструментарий, формы и методы коммуникации в работе подразделений по связям с общественностью. Формирование системы коммуникаций внутри организации и за её пределами.

Тема 2.1. Формы коммуникаций в организации. Роль PR-специалистов в обеспечении коммуникационных потоков внутри и вне организации.

Тема 2.2. Требования к коммуникационной составляющей сотрудников PR-подразделений. Планирование деятельности.

Тема 2.3. Этические аспекты коммуникации в связях с общественностью.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

№п/п	Наименование тем (разделов)	Форма текущего контроля успеваемости ¹ , промежуточной аттестации
Раздел 1.	Сущность коммуникаций, история, развитие, их место и роль в обществе. Виды коммуникаций. Значение коммуникационных технологий в управлении государством/организацией.	
Тема 1.1	Понятие и сущность коммуникаций; составляющие коммуникационных технологий.	Устный опрос

Тема 1.2.	Коммуникации в организации как система — инструмент для управления коллективом и репутацией внутри и во внешней среде. Коммуникации для нужд мотивации персонала. Коммуникации при формировании целей и задач организации, доведения информации руководства до сотрудников и наоборот, вовлечения сотрудников в активную производственную деятельность.	Устный опрос
Тема 1.3.	Виды коммуникаций в производственной деятельности. Вербальные и невербальные коммуникации, их значение	Устный опрос
Тема 1.4.	Коммуникации в системе управления. Роль коммуникаций во взаимодействии с государственными и муниципальными структурами власти.	Выполнение практических заданий
Раздел 2.	Основной инструментарий, формы и методы коммуникационной работы сотрудников PR-структур.	
Тема 2.1.	Формы коммуникаций в организации. Роль PR-специалистов в обеспечении коммуникационных потоков внутри и вне организации.	Устный опрос
Тема 2.2.	Требования к коммуникационной составляющей сотрудников PR-подразделений. Планирование деятельности.	Устный опрос
Тема 2.3.	Этические аспекты коммуникации в связях с общественностью.	Диспут

Форма промежуточной аттестации — экзамен.

4. Основная литература.

1. **Коноваленко, В. А.** Основы интегрированных коммуникаций [Электронный ресурс] : учебник и практикум для академ. бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Электрон. дан. - Москва : Юрайт, 2016. — 486 с. - Доступ из ЭБС изд-ва «Юрайт». - Режим доступа : <https://www.biblio-online.ru/book/CCFAF39E-5EEE-45A9-9A6B-5DBFED967E67>, требуется авторизация (дата обращения : 07.08.2016). – Загл. с экрана.
2. **Связи с общественностью** : теория, практика, коммуникатив. стратегии : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. - Москва : Аспект Пресс, 2011. - 198 с. – То же [Электронный ресурс]. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/8968>, требуется авторизация (дата обращения : 08.08.2016). - Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ (Б1.Б.31)

краткое наименование дисциплины – БЖД

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор – составитель:

к.психол.н., доцент кафедры теории и истории государства и права

О.И. Лаптева

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

УК ОС-8 - способность создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций.

2. План курса:

Введение

Понятие о системе «человек - среда обитания – чрезвычайные ситуации». Основы взаимодействия в системе «человек - среда обитания – чрезвычайные ситуации». Безопасность жизнедеятельности как наука. Место и роль знаний по безопасности жизнедеятельности человека в современном мире. МЧС России: основные задачи.

Раздел 1. Опасности и защита от опасностей в системе «человек – среда обитания – чрезвычайные ситуации»

Тема 1.1. Безопасность жизнедеятельности и производственная среда. Профессиональные вредности производственной среды.

Физиологические основы труда и профилактика утомления. Общие санитарно-технические требования к производственным помещениям и рабочим местам. Регулирование температуры, влажности и чистоты воздуха в помещениях. Оптимизация освещения помещений и рабочих мест. Приспособление производственной среды к возможностям человеческого организма. Вредные факторы производственной среды и их влияние на организм человека. Влияние на организм неблагоприятного производственного микроклимата и меры профилактики. Производственная вибрация, ее воздействие на человека. Производственный шум и его воздействие на человека. Производственная пыль, ее влияние на организм человека. Влияние на организм человека электромагнитных полей и излучений (неионизирующих).

Тема 1.2. Безопасность жизнедеятельности в окружающей природной и жилой (бытовой) средах.

Современный мир и его влияние на окружающую природную среду. Объективные и субъективные причины загрязнения, истощения и разрушения природной среды. Техногенное воздействие на природу. Понятие и основные группы неблагоприятных факторов жилой (бытовой) среды. Влияние на здоровье человека состава воздуха жилых и общественных помещений. Основные источники загрязнения воздушной среды помещения. Физические факторы жилой среды (свет, шум, вибрация, электромагнитные поля) и их значение в формировании условий безопасной жизнедеятельности человека.

Тема 1.3. Безопасность населения и территорий в чрезвычайных ситуациях.
 Чрезвычайные ситуации, классификация, причины и профилактика. Характеристика и классификация чрезвычайных ситуаций техногенного характера. Характеристика чрезвычайных ситуаций природного характера. Чрезвычайные ситуации социального характера: город как среда повышенной опасности; толпа, виды толпы и безопасность в толпе. Терроризм – реальная угроза безопасности. Защита населения и территорий в ЧС. Единая государственная система предупреждения и ликвидации ЧС. Оказание первой доврачебной помощи. Осуществление мероприятий по защите персонала объекта при угрозе и возникновении ЧС.

Раздел 2. Личная безопасность и сохранение здоровья

Тема 2.1. Личностные факторы определяющие безопасность жизнедеятельности: личность типа жертвы; личность безопасного типа поведения. Посттравматические стрессовые расстройства (ПТСР).

Тема 2.2. Обеспечение духовно-нравственного здоровья российских граждан. Национальные интересы России в области духовной жизни. Влияние образования на формирование духовно-нравственного здоровья российских граждан. Самосовершенствование личности: воспитание силы воли, умение добиваться своей цели. Совершенствование мыслительной деятельности: развитие умственных и творческих способностей.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Введение		
Раздел 1. Опасности и защита от опасностей в системе «человек – среда обитания – чрезвычайные ситуации»		
Тема 1.1	Безопасность жизнедеятельности и производственная среда	Выполнение заданий в рабочей тетради (письменная работа). Предоставление доклада в печатном виде / устном виде (выступление с презентацией) Работа в группе по выполнению задания преподавателя заданного в устной форме. (Участие в дискуссии, устные ответы на вопросы, комментарии) Устный ответ на вопросы.
Тема 1.2.	Безопасность жизнедеятельности в окружающей природной и жилой (бытовой) средах	Выполнение заданий в рабочей тетради (письменная работа). Предоставление доклада в печатном виде / устном виде (выступление с презентацией) Работа в группе по выполнению задания преподавателя заданного в устной форме. (Участие в дискуссии, устные ответы на

		вопросы, комментарии) Устный ответ на вопросы.
Тема 1.3.	Безопасность населения и территорий в чрезвычайных ситуациях	Выполнение заданий в рабочей тетради (письменная работа). Предоставление доклада в печатном виде / устном виде (выступление с презентацией) Работа в группе по выполнению задания преподавателя заданного в устной форме. (Участие в дискуссии, устные ответы на вопросы, комментарии) Устный ответ на вопросы.
Раздел 2. Личная безопасность и сохранение здоровья		
Тема 2.1.	Психологические аспекты чрезвычайной ситуации	Выполнение заданий в рабочей тетради (письменная работа). Предоставление доклада в печатном виде / устном виде (выступление с презентацией) Работа в группе по выполнению задания преподавателя заданного в устной форме. (Участие в дискуссии, устные ответы на вопросы, комментарии) Устный ответ на вопросы.
Тема 2.2.	Обеспечение духовно-нравственного здоровья российских граждан	Выполнение заданий в рабочей тетради (письменная работа). Предоставление доклада в печатном виде / устном виде (выступление с презентацией) Работа в группе по выполнению задания преподавателя заданного в устной форме. (Участие в дискуссии, устные ответы на вопросы, комментарии) Устный ответ на вопросы. Контрольная работа
	Выполнение контрольной работы по курсу	Письменное выполнение контрольной работы по разделам 1-2

Форма промежуточной аттестации: **зачет**.

4. Основная литература

1. Безопасность жизнедеятельности [Электронный ресурс] : учебник / Э. А. Арустамов, А. Е. Волощенко, Г. В. Гуськов и др. ; под ред. Э. А. Арустамов. - 19-е изд., перераб. и доп. - Электрон. дан. - Москва : Дашков и К°, 2015. - 448 с. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». — Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375807>, требуется авторизация (дата обращения : 27.07.2016). - Загл. с экрана.

2. Безопасность жизнедеятельности [Электронный ресурс] : учеб. для бакалавров / В. О. Евсеев [и др.]. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2014. — 453 с. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/24773>, требуется авторизация (дата обращения : 27.07.2016). - Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

РАЗРАБОТКА РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

(Б1.Б.32)

не устанавливается

краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор-составитель:

к.филол.н., доцент кафедры политических наук и технологий

Л.О. Зими́на

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

ОПК-1 Способность применять знания основ рекламы в разработке рекламных продуктов.

ОПК-3 Обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга.

2. План курса:

Раздел 1. Специфика рекламной коммуникации

Тема 1.1. Введение. Реклама и паблик как сфера коммуникационной деятельности

Цель и задачи дисциплины «Разработка рекламного продукта». Связь с другими изучаемыми дисциплинами. Содержание дисциплины. Основные понятия рекламы и паблик. Особенности рекламной коммуникации. Правовые и этические вопросы организации рекламной деятельности. Краткая характеристика процесса разработки рекламного продукта.

Тема 1.2. Когнитивные аспекты воздействия в рекламе

Критерии психологической эффективности рекламной коммуникации. Понятие когнитивного воздействия. Восприятие рекламной информации человеком. Процессы переработки информации. Ощущение. Восприятие. Память. Представление и воображение. Мышление и речь. Свойства и этапы восприятия. Привлечение внимания рекламной коммуникации. Эффекты Миллера и Эльштейна.

Тема 1.3. Эмоциональный и поведенческий аспект воздействия в рекламе

Эмоциональное отношение к объекту рекламы. Симпатия. Антипатия. Нейтралитет. Различные способы поведения людей. Мотивы покупателей. Сознательное и бессознательное в природе человека. Влияние продавца на покупателя. Стереотипы в рекламе. Миф и легендирование продукта.

Тема 1.4. Семиотика в рекламе

Семиотика как наука о знаках. Основные разделы семиотики. Основоположники семиотики – Ч. Пирс, Ф. де Соссюр. Сущность и ключевые понятия семиотики. Классификация знаков Ч. Пирса. Семиотический треугольник. Реклама как семиотическая система. Знаки в рекламной и PR-коммуникации. Знаковая структура рекламного обращения. Семиотические модели в рекламе. Семиотический анализ текста.

Тема 1.5. Теории рекламы

Применение теорий рекламы в разработке рекламного продукта. Теория имиджа Д. Огилви. Теория соответствия предложения желанию. Теория уникального торгового предложения. Теория позиционирования Дж. Траута и Э. Райса. Концепция трехуровневого позиционирования Росситера-Перси.

Раздел 2. Процесс разработки рекламного продукта

Тема 2.1. Креатив в рекламе

Креатив в рекламе. Этапы творческого процесса. Творческая идея и концепция рекламного обращения. Разработка стратегии и концепции рекламного обращения. Виды рекламных стратегий. Рациональные стратегии. Эмоциональные стратегии. Разработка технического задания. Виды брифов.

Тема 2.2. Производство печатного рекламного продукта

Технология и планирование печатного производства. Основные этапы полиграфического производства. Допечатный процесс. Печатное производство. Производственные данные. Производственная графика. Сведения о полиграфии и продукции полиграфического производства. Этапы выпуска печатной продукции. Основные виды и способы печати. Шрифты. Цвет в полиграфии. Отделочные процессы. Формы и жанры печатной рекламной продукции. Упаковка как носитель рекламной информации. Виды упаковок. Конструирование упаковки. Особенности создания упаковки для разных видов товаров.

Тема 2.3. Производство рекламного продукта для телевидения

Телевидение как средство массовой информации. Достоинства и недостатки. Особенности аудиовизуального воздействия. Основные принципы создания обращений для телевидения. Типологизация рекламных и PR-продуктов. Разработка концепции. Создание текста и график постановки. Специфика создания разных форм и жанров телевизионной рекламной и PR-продукции. Операторское и сценарное мастерство. Разработка сценариев телеролика. Литературный сценарий. Режиссёрский сценарий. Изобразительный сценарий.

Тема 2.4. Производство рекламного продукта для радио

Радио как средство информации. Достоинства и недостатки. Аудиальные средства воздействия. Сценарий аудиоролика. Формы и жанры рекламной и продукции для радио. Принципы создания рекламного и информационного аудиоролика. Музыкальные ролики. Основные этапы производства аудиоролика.

Тема 2.5. Производство рекламного продукта для сети Интернет

Интернет как перспективное пространство рекламной коммуникаций. Интернет и реклама. Масс-медиа и Интернет. Формы и жанры рекламной продукции для Интернета. Специфика производства рекламных текстов для сети Интернет. Способы размещения рекламной информации в сети.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1. Специфика рекламной коммуникации		
Тема 1.1.	Введение. Реклама и паблик как сфера коммуникационной деятельности	Устные ответы на вопросы, комментарии
Тема 1.2.	Когнитивные аспекты воздействия в рекламе	Устные ответы, создание портфолио
Тема 1.3.	Эмоциональный и поведенческий аспект воздействия в рекламе	Устные ответы, создание портфолио
Тема 1.4	Семиотика в рекламе	Устные ответы на вопросы, создание портфолио
Тема 1.5.	Теории рекламы	Устные ответы на вопросы, создание портфолио
Раздел 2. Процесс разработки рекламного продукта		
Тема 2.1.	Креатив в рекламе	Устные ответы на вопросы, создание портфолио
Тема 2.2.	Производство печатного рекламного продукта	Устные ответы на вопросы, создание портфолио
Тема 2.3.	Производство рекламного продукта для телевидения	Устные ответы на вопросы, создание портфолио
Тема 2.4.	Производство рекламного продукта для радио	Защита портфолио
Тема 2.5.	Производство рекламного продукта для сети Интернет	Написание контрольной работы

Форма промежуточной аттестации: **экзамен.**

4. Основная литература

1. Коноваленко, В.А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: учебник для бакалавров и для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и специальностям / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед; Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. – Москва : Юрайт, 2014. – 383 с.

2. Ткаченко, Н.В. Креативная реклама: технологии проектирования [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Н. В. Ткаченко, О. Н. Ткаченко ; под ред. Л. М. Дмитриева. – Электрон. дан. – Москва: Юнити-Дана, 2015. – 336 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. – Режим доступа :

<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422>, требуется авторизация
(дата обращения: 03.08.2016). – Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра физического воспитания и спорта

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Физическая культура (Б1.Б.33)

краткое наименование дисциплины: ФК

по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Авторы – составители:

Заведующий кафедрой физического воспитания и спорта Юдин
Дмитрий Сергеевич

Старший преподаватель кафедры физического воспитания и спорта
Самсонова Евгения Андреевна

Новосибирск, 2019 г.

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области физической культуры и спорта, направленную на психофизическую готовность студентов к успешной профессиональной деятельности, наличие которой обеспечивает готовность к социально-профессиональной деятельности, включение в здоровый образ жизни, в систематическое физическое самосовершенствование

2. План курса:

Раздел 1. ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА В ОБЩЕСТВЕННОЙ И ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ

Тема 1.1. Физическая культура в общественной подготовке студентов и социокультурное развитие личности

Физическая культура и спорт как социальные феномены современного общества. Организационно-правовые основы физической культуры и спорта студенческой молодежи России. Физическая культура как учебная дисциплина. Социокультурные функции физической культуры и спорта. Роль и возможности физической культуры в обеспечении здоровья. Организация самостоятельных занятий физическими упражнениями различной направленности. Методические основы физической культуры в вузе, основные средства и методы физического воспитания.

Тема 1.2. Социально-биологические основы адаптации организма студента к физической и умственной деятельности, факторам среды обитания

Воздействие социально-экологических, природно-климатических факторов и бытовых условий жизни на физическое развитие и жизнедеятельность человека. Физиологические механизмы и закономерности совершенствования отдельных функциональных систем и организма в целом под воздействием направленной физической нагрузки или тренировки. Методика проведения утренней, оздоровительной и производственной гимнастики с учетом заданных условий и особенностей организма. Методика овладения двигательными умениями и навыками. Психофизиологические основы учебного труда и интеллектуальной деятельности студента. Средства физической культуры в регулировании работоспособности. Профилактические, реабилитационные и восстановительные мероприятия в процессе занятий физическими упражнениями. Основные понятия и содержание здорового образа жизни.

Раздел 2. ОСНОВЫ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Тема 2.1. Физическая культура в обеспечении здоровья

Организм человека как единая саморазвивающаяся и саморегулирующая биологическая система. Воздействие природных и социально-экологических факторов на организм и жизнедеятельность человека. Средства физической культуры в совершенствовании функциональных возможностей человека. Физиологические механизмы и закономерности обеспечения двигательной деятельности человека. Двигательная функция и повышение устойчивости организма человека к различным условиям внешней среды.

Тема 2.2. Психофизиологические основы учебного труда и интеллектуальной деятельности

Здоровье человека как общественная ценность. Факторы, определяющие здоровье. Взаимосвязь общей культуры студента и его образ жизни. Структура жизнедеятельности студентов и ее отражение в образе жизни. Здоровый образ жизни и его составляющие. Личное отношение к здоровью как условие формирования образа жизни. Основные требования к организации здорового образа жизни студентов.

Раздел 3. МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ САМОСТОЯТЕЛЬНЫХ ЗАНЯТИЙ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРОЙ И СПОРТОМ

Тема 3.1. *Особенности методик и средств физической культуры для оптимизации работоспособности и укрепления индивидуального здоровья.*

Особенности использования средств физической культуры для оптимизации работоспособности, профилактики нервно-эмоционального и психофизического утомления студентов, повышение эффективности учебного труда. Простейшие методики самооценки работоспособности, усталости, утомления и применения средств физической культуры для их направленной коррекции. Методики эффективных и экономичных способов овладения жизненно важными умениями и навыками. Методика составления индивидуальных программ физического самовоспитания и занятия с оздоровительной, рекреационной и восстановительной направленностью. Методика самоконтроля за техническим выполнением физических упражнений и двигательных навыков. Основы развития физических качеств.

Тема 3.2. *Планирование, организация и контроль самостоятельными занятиями различной направленности.*

Взаимосвязь между интенсивностью нагрузок и уровнем физической подготовленности. Самоконтроль за эффективностью самостоятельных занятий. Диагностика и самодиагностика состояния организма при регулярных занятиях физическими упражнениями и спортом. Использование методов стандартов, антропометрических индексов, номограмм, функциональных проб, упражнений-тестов для оценки физического развития, телосложения, функционального состояния организма, физической подготовленности. Коррекция содержания и методики занятий физическими упражнениями и спортом по результатам показателей контроля. Методы самооценки специальной физической и спортивной подготовленности по избранному виду спорта. Индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений.

Раздел 4. ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ПРИКЛАДНАЯ ФИЗИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Тема 4.1. *Физическая культура в профессиональной подготовке студентов.*

Общая и специальная физическая подготовка, её цели и задачи. Возможность и условия поддержания и коррекции общего физического развития и двигательной активности. Место ППФП в системе физического воспитания студентов, ее цели, задачи и средства. Методика подбора индивидуальных средств ППФП. Основные факторы, определяющие ППФП будущего бакалавриата. Выбор прикладных видов спорта и их элементы, комплексы упражнений. Особенности выбора форм, методов и средств физической культуры и спорта в рабочее и свободное время специалистов, направленных на формирование и совершенствование профессионально-прикладных умений и навыков. Комплексы оздоровительной и адаптивной физической культуры, гимнастики и др. направлений.

Тема 4.2. *Профилактика профессиональных заболеваний и травматизма средствами ФК.*

Виды профессиональных заболеваний, средства и методы физической культуры для профилактики данных заболеваний. Травматизм в учебной и профессиональной деятельности. Комплексы ППФП по профилактике данных заболеваний. Дополнительные (нетрадиционные) средства повышения общей и профессиональной работоспособности. Влияние индивидуальных особенностей, климатических и географических условий и факторов на содержание физической культуры бакалавра, работающего на производстве.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Таблица 1.

Тема (раздел)	Методы текущего контроля успеваемости

Раздел 1	ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА В ОБЩЕСТВЕННОЙ И ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ	Тестирование физических показателей по нормативам Решение тестового задания на бумажном носителе
Тема 1.1.	Физическая культура в общественной подготовке студентов и социокультурное развитие личности	
Тема 1.2	Социально-биологические основы адаптации организма студента к физической и умственной деятельности, факторам среды обитания	
Раздел 2	ОСНОВЫ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ ОБУЧАЮЩИХСЯ	Тестирование физических показателей по нормативам Решение тестового задания на бумажном носителе Составление комплекса упражнений Анализ конкретной ситуации
Тема 2.1	Физическая культура в обеспечении здоровья	
Тема 2.2	Психофизиологические основы учебного труда и интеллектуальной деятельности	
Раздел 3	МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ САМОСТОЯТЕЛЬНЫХ ЗАНЯТИЙ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРОЙ И СПОРТОМ	Тестирование физических показателей по нормативам Решение тестового задания на бумажном носителе
Тема 3.1	Особенности методик и средств физической культуры для оптимизации работоспособности и укрепления индивидуального здоровья.	
Тема 3.2	Планирование, организация и контроль самостоятельными занятиями различной направленности	
Раздел 4	ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ПРИКЛАДНАЯ ФИЗИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА	Тестирование физических показателей по нормативам Решение тестового задания на бумажном носителе Проведение комплекса УГГ Групповая дискуссия
Тема 4.1.	Физическая культура в профессиональной подготовке студентов	
Тема 4.2.	Профилактика профессиональных заболеваний и травматизма средствами ФК	

Форма промежуточной аттестации – зачет.

4. Основная литература.

1. Евсеев, Ю. И. Физическая культура [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Ю. И. Евсеев. - 9-е изд., стер. – Электрон. дан. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2014. - 448 с. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». – Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=271591>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2016). – Загл. с экрана.
2. Физическая культура [Электронный ресурс] : учеб. пособие/ Е. С. Григорович [и др.]. - Электрон. дан. - Минск: Вышэйшая школа, 2014. - 351 с. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/35564.html>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2016). – Загл. с экрана. – То же [Электронный ресурс]. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». – Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=144214>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2016). – Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

КОММУНИКАЦИИ И ИНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГИИ В СО (ПРАКТИКУМ) (Б1.В.ОД.1)

Краткое наименование - КИТСО

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор – составитель:

к.и.н. доцент кафедры ПНиТ

М.П. Беленко

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

ПК-7 - Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникативных кампаний и мероприятий

2. План курса:

Раздел 1. Векторная графика

Тема 1.1 Особенности векторной графики и интерфейс графических программ

Суть векторной графики и ее особенности. Преимущества векторной графики и области ее использования. Ведущие программные пакеты для редактирования векторных изображений: Adobe Illustrator и Corel Draw, их отличия. WYSIWYG-интерфейс и windows-style-интерфейс. Создание, сохранение, импорт и экспорт векторных изображений, их форматы и свойства.

Тема 1.2 Инструменты создания графических объектов и текста

Основные инструменты создания графических объектов и их свойства. Прямоугольники, эллипсы, многоугольники, кривые, ломаные, сплайны, таблицы, художественный и простой текст. Простые и сложные объекты. Способы создания и удаления объектов. Объект как совокупность контура и заливки.

Тема 1.3 Инструменты управления формой графических объектов и текста

Базовые инструменты управления формой объектов – сжатие, расширение, вращение, перекося. Базовые примитивы и произвольные объекты. Свойства базовых примитивов, их редактирование. Инструмент «форма» как основной инструмент точного управления формой объекта. Необратимость трансформации примитива в произвольный объект. Опорные точки, их виды и свойства. Сложение и вычитание объектов: сложение и вычитание контуров и заливок.

Тема 1.4 Инструменты управления цветом графических объектов и текста

Цветовые модели LAB-color, CMY, CMYK, RGB, BW и Grayscale, их особенности. Области использования различных цветовых моделей. Цвет как свойство контура. Простые, градиентные заливки, заливки текстурами:

растровыми, процедурными, EPS-текстурами. Инструмент «интерактивная заливка». Виды отображения объектов: упрощенный, средний, максимальный. Копирование и редактирование цвета объектов.

Тема 1.5 Инструменты управления положением графических объектов и текста

Перемещение, копирование, масштабирование, поворот объектов и групп объектов. Относительные и абсолютные значения переменных положения объектов. Выравнивание и взаимное положение объектов. Иерархия объектов и их положение на странице. «Диспетчер объектов», страницы, слои и их свойства. Визуальные эффекты и положение объектов.

Раздел 2. Растровая графика

Тема 2.1 Особенности растровой графики и интерфейс графических программ

Суть растровой графики и ее особенности. Преимущества растровой графики и области ее использования. Ведущие программные пакеты для редактирования растровых изображений: Adobe Photoshop и GIMP, их отличия. WYSIWYG-интерфейс и «оконный» интерфейс. Использование «горячих» клавиш и их настройка. Создание, сохранение, импорт и экспорт растровых изображений, их форматы и свойства.

Тема 2.2 Инструменты создания графических объектов и текста

Кисти и их свойства – форма, размер, область растушевки. Заливка и ее виды. Выделение области редактирования. Сохранение и модификация области выделения. «Карандаш», «Аэрограф» как специфические виды кистей. Сохранение и загрузка пресетов кистей. Создание и редактирование текста в растровых изображениях. Растрирование и закрепление текстов, использование эффектов.

Тема 2.3 Инструменты управления формой графических объектов и текста

Области выделения как способ управления формой объектов. Слои и их свойства. Иерархия слоев и ее влияние на конечное изображение. Прозрачность, альфа-канал, сложение и вычитание объектов и областей выделения. «Маски» объектов как инструмент и их свойства. Художественные эффекты : «тень», «размытие» и другие и форма объектов.

Тема 2.4 Инструменты управления цветом графических объектов и текста

Цветовые модели в растровой графике. Смена цветовой модели и изменение цветового пространства изображения. Инструменты цветокоррекции - цветовые кривые, цветовые уровни, цветовые каналы. Выборочная замена цвета, сдвиг цвета, изменения яркости, освещенности, насыщенности изображения. Затенения и осветление изображений.

Тема 2.5 Инструменты управления положением графических объектов и текста

Наклон, поворот, смещение и отражение объектов по осям абцисс и ординат. Сдвиг слоя, заморозка, склейка слоев изображения, обрезка, изменение разрешения и физического размера объектов и их элементов. Копии и клоны объектов. Отображаемая и неотображаемая области объектов. Допечатная подготовка изображений растровой графики, ретушь и устранение дефектов. Сдвиг раstra.

Раздел 3. Интернет-среда как пространство коммуникации

Тема 3.1 Блоги как инструмент коммуникации

Определение блога, разновидности блогов. Ведущие блог-платформы: LiveJournal, BlogSpot. Другие сервисы блогов. Форматы блогов. Преимущества и недостатки stand-alone блога. Что такое хороший блог, отличительные признаки. Блог как инструмент PR. Целевая аудитория блогосферы, лидеры мнений. Блог или СМИ? Монетизация блога и возможные проблемы.

Тема 3.2 Социальные сети как инструмент коммуникации

Понятие социальной сети. Виды социальных сетей, их специализация. Аудитории ведущих сервисов - социальных сетей: Вконтакте, Фейсбук, Одноклассники, Инстаграм, Твиттер. Реклама и PR в социальных сетях. Таргетирование, работа с отзывами, работа с негативом, преодоление коммуникативных барьеров. Раскрутка персональных аккаунтов и сообществ. Продвижение мероприятий в социальных сетях. Тренды развития социальных сетей.

Тема 3.3 Электронные энциклопедии как инструмент коммуникации

Электронные энциклопедии — история вопроса, виды и типология электронных энциклопедий. Интернет 1.0 и интернет 2.0 энциклопедии как PR инструмент. Манипулирование аудиторией с помощью электронных энциклопедий. Проблема достоверности данных. Аудитория электронных энциклопедий, структура данных и структура администрирования

электронных энциклопедий. Создание и размещение авторского контента в электронных энциклопедиях.

Раздел 4. Сайт как инструмент коммуникации организации

Тема 4.1 Статичные сайты как инструмент коммуникации

HTML как основа разметки страниц и сайтов в интернет. Синтаксис и возможности HTML. Принцип WYSIWYG-редактирования страниц и сайтов. Первые браузеры и их совместимость. Статичные сайты, их преимущества и недостатки как инструмента коммуникации. SEO-оптимизация статичных страниц и сайтов.

Тема 4.2 Динамические сайты как инструмент коммуникации

Суть разделения сайтов и страниц на фреймы, шаблоны и собственно контент. Настройка шаблонов и фреймов. Преимущества и недостатки динамических сайтов (страниц) по сравнению со статичными. Наиболее распространенные редакторы динамических сайтов – Vix, WordPress, другие редакторы. Настройки прав доступа к контенту. SEO-оптимизация динамических страниц.

Тема 4.3 Flash - сайты как инструмент коммуникации

Что такое Flash? История разработки языка и среды Flash. Войны браузеров, ограничения языка HTML. Преимущества и недостатки Flash-технологии. Flash и мобильные приложения, требовательность Flash к скорости доступа и стоимости трафика. Примеры сайтов и страниц, выполненных по технологии Flash. Сложность и комплексность Flash-приложений, их возможности как PR инструмента.

Тема 4.4 Ajax - сайты как инструмент коммуникации

Суть технологии AJAX. Примеры реализации сайтов, выполненных с использованием AJAX: сервисы социальных сетей, ГИС-системы, новостные ленты, e-mail-сервисы. AJAX и мобильные приложения. Когда и кому нужен AJAX? Преимущества и недостатки технологии AJAX, возможные ниши для сайтов и страниц, выполненных по технологии AJAX.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1	Векторная графика	
Тема 1.1	Особенности векторной графики и интерфейс графических программ	Выполнение графического задания
Тема 1.2	Инструменты создания графических объектов и текста	Выполнение графического задания
Тема 1.3	Инструменты управления формой графических объектов и текста	Выполнение графического задания
Тема 1.4	Инструменты управления цветом графических объектов и текста	Выполнение графического задания
Тема 1.5	Инструменты управления положением графических объектов и текста	Выполнение графического задания
Раздел 2	Растровая графика	
Тема 2.1	Особенности растровой графики и интерфейс графических программ	Выполнение графического задания
Тема 2.2	Инструменты создания графических объектов и текста	Выполнение графического задания
Тема 2.3	Инструменты управления формой графических объектов и текста	Выполнение графического задания
Тема 2.4	Инструменты управления цветом графических объектов и текста	Выполнение графического задания
Тема 2.5	Инструменты управления положением графических объектов и текста	Выполнение графического задания
Раздел 3	Интернет-среда как пространство коммуникации	
Тема 3.1	Социальные сети как канал коммуникации	Выполнение графического задания
Тема 3.2	Блоги как канал коммуникации	Выполнение графического задания
Тема 3.3	Электронные энциклопедии как канал коммуникации	Выполнение графического задания
Раздел 4	Сайт как инструмент коммуникации организации	
Тема 4.1	Статичные сайты как инструмент коммуникации	Выполнение графического задания
Тема 4.2	Динамические сайты как инструмент коммуникации	Выполнение графического задания
Тема 4.3	Flash-сайты как инструмент	Выполнение графического задания

	коммуникации	задания
Тема 4.4	Ајах-сайты как инструмент коммуникации	Выполнение графического задания

Форма промежуточной аттестации: **зачет, экзамен.**

4. Основная литература

1. Денисов, Д. П. Интернет-технологии в электронном бизнесе и коммерции [Электронный ресурс] / Д. П. Денисов. - Электрон. дан. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 112 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. – Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140249>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2016). – Загл. с экрана.
2. Забелин, Л. Ю. Основы компьютерной графики и технологии трехмерного моделирования [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Л. Ю. Забелин, О. Л. Конюкова, О. В. Диль. — Электрон. дан. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015. — 259 с. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/54792.html>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2016). – Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

PR-ТЕХНОЛОГИИ (ПРАКТИКУМ)

(Б1.В.ОД.2)

Краткое наименование – PR-технологии

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор-составитель:

к.и.н. доцент кафедры ПНиТ М.П. Беленко

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

ПК-7 - Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникативных кампаний и мероприятий.

2. План курса:

Раздел 1. Построение коммуникаций с ЦА

Тема 1.1 Выделение ЦА

Требования к критериям для выделения целевых аудиторий – объективность, измеримость, счетность, актуальность, дифференцируемость. Критерии и виды аудиторий внутри них: половозрастной – пол и децильные возрастные группы. Географический: по административно-территориальному делению, и по размеру населенного пункта. Типологический, экономический, социальный критерии.

Тема 1.2 Построение каналов коммуникации

Анализ существующих каналов и подбор оптимальных. Формальные и неформальные каналы. СМИ и специальные мероприятия как каналы коммуникации. Специфика отдельных видов СМИ – наружка, телевидение, радио, пресса, интернет. Создание новых каналов – технология и требования к создаваемым каналам.

Тема 1.3 Технологии исследования в PR

Формальные и неформальные, количественные и качественные исследования. Технология проведения исследования и его достоверность. Методы исследования, их преимущества и недостатки: наблюдение, опрос, экспертное интервью, фокус-группа, моделирование, эксперимент, анкетирование, контент-анализ.

Тема 1.4 Технологии планирования в PR

Определение цели и постановка задач в PR. Цель и поведение целевых аудиторий. Корректное и некорректное целеполагание. SMART как технология и алгоритм формулирования целей. Построение рабочей модели коммуникаций и виды коммуникативных задач. Задачи на информирование, убеждение и «подталкивание к действию». Виды решений – организационные, технические, политические решения коммуникативных проблем.

Тема 1.5 Технологии оценки эффективности в PR

Понятие эффекта и эффективности коммуникаций. Абсолютная, относительная и удельная эффективность. Показатели эффекта и способы оценки результата. Методы оценивания, их преимущества и недостатки:

целевой метод, метод формальных показателей, содержательный метод. Отчетность в PR-кампаниях.

Раздел 2. Антикризисный PR – внезапные кризисы

Тема 2.1 Определение списка угроз

Виды кризисов в PR: внезапные и протяженные кризисы. Различие в подходах и технологиях работы с ними. Аудитории антикризисного PR. Типология внезапных кризисов: известное-неизвестное. Определение списка угроз как этап, виды и типы угроз: падение имиджа, перебои в бизнес-процессах, прямой ущерб. Общие и специфические угрозы.

Тема 2.2 Построение матрицы сценариев

Конкретизация кризиса как необходимое условие планирования. Матрица сценариев как инструмент планирования. Выделение уровней кризиса: отбор критериев оценивания тяжести. Варианты критериев – время, материальный ущерб, наличие жертв, количество и качество вовлеченных аудиторий, информационный резонанс. Размер матрицы и технологии работы с ней.

Тема 2.3 Технологии решения кризисов

Алгоритм обработки конкретного сценария как его решение. Выделение целевых аудиторий, каналов, описание рабочей модели, формулирование цели и задач коммуникации, критериев оценивания. Определение необходимых ресурсов – материальных, социальных, организационных. Внедрение предварительного антикризисного планирования в практику и деятельность организаций.

Раздел 3. Антикризисный PR – длительные кризисы

Тема 3.1 Технологии «Дорожной карты»

Длительные кризисы как специфический вид кризисов. Дефицит положительной информации как проблема. Возможные пути ее решения. Аудитории и примеры длительных кризисов. «Дорожная карта» как основная технология нормализации кризисной ситуации. Этапы построения «Дорожной карты» и типовые ошибки. Темпы и такты коммуникационного взаимодействия. «Прозрачность» и доступность карты как ключевые условия эффективности технологии.

Тема 3.2 Технологии визуализации

Восприятие информации в условиях кризиса, фильтры и коммуникативные барьеры. Визуализация как инструмент – критерии ее эффективного использования. Каналы визуализации и формы: инфографика, видеографика, фото и видеосопровождение, анимация. Виды инфографики. Вирусные эффекты визуализации. Оценка визуальной составляющей коммуникации, удачные и неудачные визуальные решения.

Тема 3.3 Технологии сценарирования

Сценарирование как технология антикризисного PR. Сценарий, нарратив, сюжет. Образы вместо цифр. Ключевые и второстепенные персонажи – кого предпочесть? Типовые варианты сценариев: «елочка», «пунктир», «кольцо». Лейтмотивы Социальные мифы и infotainment в сценарировании. Примеры «сценарных» коммуникативных кампаний в политическом и коммерческом PR. Предвыборные кампании как частный случай длительного коммуникативного кризиса.

Тема 3.4 Технологии вовлечения

Активные и пассивные целевые аудитории в PR. Лидеры мнений и работа с ними в условиях кризиса. Классификация целевых аудиторий по вовлеченности: лояльная, нейтральная, оппозиционная. Приоритеты в работе с лояльной и нелояльной аудиторией. Волонтеры и «титишки». «Подводные камни» технологии вовлечения, условия для эффективности технологии.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1	Построение коммуникаций с ЦА	
Тема 1.1	Выделение ЦА	Письменное решение заданий кейсов
Тема 1.2	Построение каналов коммуникации	Письменное решение заданий кейсов
Тема 1.3	Технологии исследования в PR	Письменное решение заданий кейсов
Тема 1.4	Технологии планирования в PR	Письменное решение заданий кейсов
Тема 1.5	Технологии оценки эффективности в PR	Письменное решение заданий кейсов
Раздел 2	Антикризисный PR – внезапные кризисы	
Тема 2.1	Определение списка угроз	Письменное решение заданий кейсов
Тема 2.2	Построение матрицы сценариев	Письменное решение заданий кейсов
Тема 2.3	Технологии решения кризисов	Письменное решение заданий кейсов
Раздел 3	Антикризисный PR – длительные кризисы	
Тема 3.1	Технологии «Дорожной карты»	Письменное решение заданий кейсов

Тема 3.2	Технологии визуализации	Письменное решение заданий кейсов
Тема 3.3	Технологии сценарирования	Письменное решение заданий кейсов
Тема 3.4	Технологии вовлечения	Письменное решение заданий кейсов

Форма промежуточной аттестации: **зачет, экзамен.**

4. Основная литература

1. PR-технологии : сб. публ. лекций для оч. формы обучения по направлению 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью / сост. Е. А. Сазонов ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Сиб. ин-т упр. - фил. РАНХиГС. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2015. - 173 с. – То же [Электронный ресурс]. – Доступ из Б-ки электрон. изд. / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа : <http://www.saranet.ru>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2016). – Загл. с экрана.
2. Баранов, Д. Е. PR. Теория и практика [Электронный ресурс] : учебник / Д. Е. Баранов, Е. В. Демко, М. А. Лукашенко. — Электрон. дан. — Москва : Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2013. — 352 с. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». — Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/17007.html>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2016). - Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
Факультет политики и международных отношений
Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ОРГАНИЗАЦИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ (Б1.В.ОД.3)

Орг. социсследований

краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»
квалификация выпускника: бакалавр
форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор-составитель:

кандидат политических наук,
доцент кафедры политических наук и технологий С. Ф. Некрасов

Новосибирск, 2019 г.

1. Цель освоения дисциплины

Сформировать следующей компетенции в области социологии:

– ПК-7. способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникативных кампаний и мероприятий.

2. План курса

Раздел 1. Социологическое исследование и методология его проведения.

Тема 1.1. Соотношение теории и методологии в социологическом исследовании.

Тема 1.2. Понятийный аппарат социологии в парадигме современного социологического знания.

Тема 1.3. Роль концептуальных моделей в социологических исследованиях.

Тема 1.4. Виды социологического исследования.

Тема 1.5. Программа и план социологического исследования.

Тема 1.6. Логический анализ основных понятий концептуальной модели социологического исследования.

Тема 1.7. Измерение социальных явлений.

Тема 1.8. Выборочный метод в прикладной социологии.

Раздел 2. Методы сбора информации в социологических исследованиях.

Тема 2.1. Анкетирование.

Тема 2.2. Интервьюирование.

Тема 2.3. Опрос.

Тема 2.4. Наблюдение.

Тема 2.5. Контент-анализ данных.

Тема 2.6. Социологический эксперимент.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Таблица 1.

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1.	Социологическое исследование и методология его проведения	
Тема 1.1.	Соотношение теории и методологии в социологическом исследовании	Опрос
Тема 1.2.	Понятийный аппарат социологии в парадигме современного социологического знания	Эссе
Тема 1.3.	Роль концептуальных моделей в социологических исследованиях	Диспут
Тема 1.4.	Виды социологического исследования	Опрос
Тема 1.5.	Программа и план социологического исследования	Коллоквиум
Тема 1.6.	Логический анализ основных понятий концептуальной модели социологического	Эссе

	исследования	
Тема 1.7.	Измерение социальных явлений	Коллоквиум
Тема 1.8.	Выборочный метод в прикладной социологии	Тестирование
Раздел 2.	Методы сбора информации в социологических исследованиях	
Тема 2.1.	Анкетирование	Эссе
Тема 2.2.	Интервьюирование	Опрос
Тема 2.3.	Опрос	Тестирование
Тема 2.4.	Наблюдение	Диспут
Тема 2.5.	Контент-анализ данных	Опрос
Тема 2.6.	Социологический эксперимент	Контрольная работа

4. Основная литература

1. Бондаренко, В. Ф. Социологическое исследование. Назначение, программа, организация [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В. Ф. Бондаренко. — Электрон. дан. — Москва : Московский гуманитарный университет, 2008. — 87 с. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». — Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/8621>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2016). — Загл. с экрана.

2. Логунова, Л. Ю. Методология социологических исследований [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Л. Ю. Логунова. — Электрон. дан. - Кемерово : Кемер. гос. ун-т, 2014. - 92 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. — Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=278902>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2016). - Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений
Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

СТИЛИСТИКА И ЛИТЕРАТУРНОЕ РЕДАКТИРОВАНИЕ (Б1.В.ОД.4)

Стилистика и ЛР

краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в публичной и частной
сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор-составитель:

канд. филол. наук, доцент кафедры политических наук
и технологий Зимина Л.О.

Новосибирск, 2019 г.

1. Цель освоения дисциплины: сформировать компетенции в области стилистики и литературного редактирования при производстве рекламной продукции.

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-8	Способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.	ПК-8.2	Способность использовать профессиональные знания в области стилистики и литературного редактирования при производстве рекламной продукции.

2. План курса

Раздел 1. Стилистика русского языка

Тема 1.1. Объект и предмет стилистики

Содержание, цели и задачи стилистики русского литературного языка. Современное состояние стилистики как науки. Предмет функциональной стилистики. Понятие о стилистике языка, стилистике речи и стилистике художественной литературы.

Понятие нормы применительно к разным уровням языка. Стилль как функциональная разновидность литературного языка. Функционально-стилевая сфера. Понятие подстилль. Вариативность нормы и допустимость ее использования в различных функциональных стиллях.

Стилистика и описательные дисциплины. Стилистика и культура речи. Стилистика и литературное редактирование.

Тема 1.2. Функционально-стилевая система русского языка

Основания функционального деления литературного языка. Функциональные разновидности книжной речи. Соотношение разговорной и книжной (письменной) речи. Многомерность функционально-стилевой системы.

Стилистическая дифференциация языковых единиц. Характеристика языковых единиц с точки зрения стилистической окрашенности. Межстилевые и стилистически окрашенные языковые средства. Закономерности функционирования языковых средств в функциональных стиллях.

Тема 1.3. Разговорный стиль и книжные стили

Стилль как функциональная разновидность литературного языка. История становления функциональных стилей. Формы речи и функциональные стили. Вариативность нормы и допустимость ее использования в различных функциональных стиллях. Стили современного русского языка, их особенности.

Разговорный стилль. Функции. Дифференциация разговорной речи. Экстралингвистические черты. Языковые особенности. Жанровая специфика. Сфера применения. Взаимодействие книжно-письменных стилей и разговорной речи.

Официально-деловой стилль. Экстралингвистические черты. Языковые особенности. Дифференциация официально-делового стилия. Жанровая специфика. Сфера применения.

Научный стилль. Экстралингвистические черты. Языковые особенности.

Дифференциация научной речи. Жанровая специфика. Сфера применения.

Публицистический. Экстралингвистические черты. Языковые особенности. Дифференциация публицистической речи. Жанровая специфика. Сфера применения.

Тема 1.4. Язык художественной литературы

Вопрос о месте языка художественной литературы в системе стилей русского языка. Функции. Характеристики языка художественной литературы, его основные признаки. Понятие род художественной литературы. Эпос. Лирика. Драма. Их жанровая специфика. Сфера применения.

Тема 1.5. Язык и стиль средств массовой информации

Устные стили массовой информации. Особенности устной публичной речи. Правила оформления документов. Виды речевого общения: официальное (деловое), неофициальное (частное), публичное и непубличное речевое общение.

Речевое взаимодействие. Речевое воздействие. Реклама и PR как функциональные варианты речи. Экстралингвистические черты. Языковые особенности. Дифференциация рекламных и PR-текстов. Жанровая специфика. Сфера применения.

Особенности печати как средства массовой коммуникации. Разновидности печатных изданий. Жанровая специфика печатных текстов. Структура и содержание текстов разных жанров. Лингвистические приемы в создании печатного рекламного и PR-текстов. Способы повышения физической читаемости и снижения сложности текста.

Язык радио и телевидения. Специфика радио как средства массовой коммуникации. Экстралингвистические и интралингвистические параметры радиокommunikации. Правила создания радиотекстов. Требования к текстам для радио. Стандарт звучания объема слов. Аудиальные средства речевой выразительности. Классификация жанров PR-коммуникации и рекламы для радио. Специфика телевидения как средства массовой коммуникации. Экстралингвистические и интралингвистические особенности. Классификация жанров PR-коммуникации и рекламы для телевидения. Элементы аудиовизуального и визуального воздействия. Основные подходы и требования к созданию текстов для телевидения.

Специфика Интернета как средства массовой коммуникации. Жанрология текстов для сети Интернет. Основные подходы и требования к созданию текстов для сети Интернет.

Тема 1.6. Стилистическое использование языковых средств

Стилистические ресурсы современного русского языка. Стилистические ресурсы семантики лексических единиц. Стилистическое использование однозначности и многозначности. Омонимия, синонимия, антонимия и паронимия как стилистические средства.

Стилистические свойства лексических единиц, связанные с их происхождением. Стилистическое использование восточнославянизмов и старославянизмов. Стилистическое использование лексики, заимствованной из других языков. Экзотизмы и варваризмы.

Стилистические свойства устаревших и новых лексических единиц.

Стилистический потенциал лексических единиц, различающихся сферой употребления. Стилистическое использование периферийных средств: терминов, диалектизм, жаргонизмов.

Стилистическое и стилевое распределение лексических единиц. Стилистические ресурсы фразеологии. Понятие идиомы. Виды идиом. Стилистическая оценка фразеологизмов.

Стилистические ресурсы словообразования. Типы, модели и средства словообразования. Стилистические возможности аффиксов. Языковая игра в словообразовании как эффективное стилистическое средство.

Фонетико-графические средства стилистики. Звуки как стилистическое средство. Ударение как стилистическое средство. Интонация как стилистическое средство. Использование графики в стилистических целях.

Стилистические ресурсы морфологии. Стилистические возможности знаменательных частей речи. Стилистические возможности служебных частей речи.

Стилистические ресурсы синтаксиса. Стилистические возможности словосочетаний. Стилистические возможности простых и сложных предложений. Стилистика текста.

Средства словесной образности как стилистические ресурсы речи. Тропы и стилистические фигуры.

Раздел 2. Литературное редактирование

Тема 2.1. Текст как объект литературного редактирования

Редактирование в процессе коммуникации. Основы профессионального общения редактора. Критерии анализа речевого произведения.

Информативность текста и виды информации. Основные свойства текста: смысловая целостность, синтаксическая связность, литературная обработанность, закреплённость на материальном носителе.

Тема 2.2. Основные методические процедуры редактирования

Ознакомительное чтение. Аналитическое чтение. Шлифовочное чтение.

Правка как вид редакторской деятельности. Принципы правки. Знаки редакторской правки. Отличие редакторской правки от корректорской. Основные условия и задачи редакторской правки. Работа над текстом с целью освоения техники редакторской правки. Виды редакторской правки в зависимости от задач редакционной обработки текста. Условность границы между возможными видами правки. Правка-вычитка как самостоятельный вид редактирования. Методика проведения правки-вычитки. Методика проведения правки-сокращения, сокращение текста частями, внутритекстовые сокращения. Правка-переделка как вид, применяющийся при подготовке к печати рукописей авторов, слабо владеющих литературными навыками. Литературная запись как вид правки-сотрудничества редактора и автора. Методика проведения правки-вычитки в случае необходимости изменения жанра материала. Правка-обработка как основной вид правки, включающий в себя элементы правки-вычитки, правки-сокращения и правки-переделки. Необходимые условия проведения правки-обработки. Повышение литературных достоинств в рукописи, языковая и стилистическая правка как основные задачи правки-обработки.

Тема 2.3. Работа редактора с логической основой текста

Формы смысловой организации текста при соблюдении таких требований логики как точность, определенность, непротиворечивость, обоснованность. Логические ошибки, связанные с нарушением законов логики: закона тождества, закона противоречия, закона исключенного третьего. Нарушение закона тождества: подмена понятия или тезиса в процессе рассуждения, нагромождение различных по содержанию мыслей в единые тексты. Соблюдение требований закона противоречия и закона исключенного третьего в практике редактирования: последовательность и непротиворечивость в изложении, четкие и обозначенные ответы на поставленные в тексте вопросы.

Смысловые ошибки, возникающие вследствие нарушения логики изложения: отклонения от заданной темы, неопределенности изложения, противоречия.

Тема 2.4. Работа редактора с фактическим материалом

Выбор факторов, их проверка и осмысление. Основные методологические принципы отбора фактов и их оценки. Работа редактора над систематизацией факторов с целью помочь читателю понять их взаимосвязь и сделать определенные выводы.

Конкретизация представления как метод проверки факта. Уточнение понятия и высказывания. Сопоставление фактов. Проверка фактов по авторитетным источникам.

Цифра как вид фактического материала и элемент текста. Требования к подбору и оформлению цифр. Работа редактора со статистикой.

Цитаты как вид фактического материала. Приемы и правила цитирования. Техника сверки цитат с первоисточником. Оформление ссылок на источники. Принципы единообразия и написания имен, фамилий, дат, географических названий, наименований и терминов.

Тема 2.5. Работа редактора над композицией авторского текста

Работа над композиционным построением как важнейшая составная часть редактирования рукописи. Выбор композиционного построения текста в зависимости от замысла автора, назначения произведения, его содержания и жанра. Осмысление редактором текста как единого целого, составление плана, установление соразмерности отдельных частей. Проверка избранной автором последовательности изложения. Введение рубрикации для более четкого членения текста. Проверка и установление редактором правильности разделения текста на абзацы. Задачи редактора по устранению погрешностей и штампов в композиционном построении текста.

Тема 2.6. Работа редактора над разными видами текста

Виды текстов в зависимости от характера изложения: повествование, описание, рассуждение. Выявление основного принципа изложения материала при анализе повествований. Редактирование повествовательного текста: проверка соразмерности его частей, устранение непоследовательности изложения, исключение подробностей, необязательных для раскрытия темы. Особенности редактирования описательного текста, набор отдельных деталей, создающих представление о предмете в целом, необходимость исключения вводных частей, не связанных с основной темой изложения. Рассуждение как действительное средство убеждения читателя при четкости и логичности доказательства.

Тема 2.7. Основы стилистической правки текста

Стилистическая правка как завершающий этап редакторской работы. Основные принципы и критерии стилистической правки. Техника стилистической правки. Проблемы редактирования переводов. Типология текстовых ошибок: ошибки восприятия, памяти мышления и вербализации. Логические ошибки. Фактические ошибки. Речевые ошибки. Речевые погрешности, встречающиеся в авторских текстах: лексические, морфологические, синтаксические, стилистические и коммуникативные.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1. Стилистика русского языка		
Тема 1.1	Объект и предмет стилистики	Устное выступление с докладом и презентацией
Тема 1.2	Функционально-стилевая система русского языка	Устное выступление с докладом и презентацией, выполнение практического задания
Тема 1.3	Разговорный стиль и книжные стили	Устное выступление с докладом и презентацией, выполнение практического задания
Тема 1.4	Язык художественной литературы	Устное выступление с докладом и презентацией
Тема 1.5	Язык и стиль средств массовой информации	Устное выступление с докладом и презентацией, выполнение практического задания
Тема 1.6	Стилистическое использование языковых средств	Устное выступление с докладом и презентацией, выполнение практического задания, тест
Раздел 2. Литературное редактирование		
Тема 2.1.	Текст как объект литературного	Устное выступление с докладом

	редактирования	и презентацией, выполнение практического задания
Тема 2.2.	Основные методические процедуры редактирования	Устное выступление с докладом и презентацией, выполнение практического задания
Тема 2.3.	Работа редактора с логической основой текста	Устное выступление с докладом и презентацией, выполнение практического задания
Тема 2.4.	Работа редактора с фактическим материалом	Устное выступление с докладом и презентацией, выполнение практического задания
Тема 2.5.	Работа редактора над композицией авторского текста	Устное выступление с докладом и презентацией, выполнение практического задания
Тема 2.6	Работа редактора над разными видами текста	Устное выступление с докладом и презентацией, выполнение практического задания
Тема 2.7	Основы стилистической правки текста	Устное выступление с докладом и презентацией, защита контрольной работы

Экзамен проводится с применением следующих методов: устное собеседование по вопросам билета и выполнение практического задания.

4. Основная литература

1. Булатова, Э. В. Стилистика текстов рекламного дискурса [Электронный ресурс] : учеб.пособие / Э. В. Булатова. – Электрон.дан. - Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2012. - 264 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. – Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=240310>, Доступ из Унив. б-ки ONLINE.

2. Дымова, И. Стилистика и литературное редактирование [Электронный ресурс] : учеб.пособие / И. Дымова. – Электрон.дан. - Оренбург : ОГУ, 2012. - 119 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. – Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259177>, требуется авторизация (дата обращения : 07.11.2016). – Загл. с экрана.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ТЕХНОЛОГИЯ ИНФОРМАЦИОННО - АНАЛИТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ

(Б1.В.ОД.5)

ТИАР

краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»
квалификация выпускника: бакалавр
форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор– составитель:
д.и.н., профессор В.В. Демидов

Новосибирск, 2019 г.

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области рекламы и связи с общественностью:

ПК-8, т.е. организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.

2. План курса:

Раздел 1 Сбор информации

Тема 1.1. Понятие информации. Теория сбора и обработки информации как учебная дисциплина и фундамент информационно-аналитической работы. Ее связи с другими общественными науками. Предметная область и задачи. Место информационно-аналитической работы в деятельности внешнеполитических служб. Смысл и содержание понятия информационно-аналитическая работа. Основные принципы. Основные подходы к определению термина информация. Свойства информации. Классификация информации. политическая информация. Закономерности и особенности рождения и циркуляции информации. Линии обработки информации. Задачи внешнеполитических служб РФ по сбору и обработке информации. Роль информации в международных отношениях. Значение работы с литературой. Составление библиографии. Каталогизация. Предметный и алфавитный каталоги. Составление обзора литературы и его цели. Правила работы с научно-исследовательской литературой. Написание аналитических мемо. Работа с периодикой и ее значение. Специфика изучения иностранной прессы. Роль экспертов в составлении аналитических обзоров и подборок

Тема 1.2. Источники информации Источниковедение и его значение для сбора политической информации. Типы и виды источников. Внутренняя и внешняя критика источников. Проблема соотношения подлинности и правдивости. Суггестивная информация. Новые источники информации и их роль. Задачи аналитика в овладении современными технологиями. Открытый и скрытый сбор информации. Смысл и задачи открытого сбора. Источников открытой информации. Избыток открытой информации и его учет. Тактика работы с открытыми источниками. Значение средств массовой информации. Техника отработки периодической печати. Систематизация работы с открытыми источниками. Понятие скрытых или тайных источников. Проблема линии раздела между тайным и открытым сбором сведений. Особенности и опасности работы со скрытыми источниками. Ранжирование источников с целью оценки деятельности в работе со скрытыми источниками. Традиционная и секретная дипломатия. Отличие их от миссии «нелегалов». Соотношение открытых и скрытых источников информации. Значение скрытых источников в дипломатической работе. Процесс работы с источниками. Задачи предварительной оценки источников. Подбор и обобщение источников. Систематизация источников. Критическая обработка источников. Установление хронологических и топографических характеристик. Уточнение фактов по прямым и косвенным показаниям. Привлечение необходимых фактов. Роль отдельных фактов. Эффект Парето и распределение информационных данных.

Тема 1.3 Документы и информация. Определение документальной информации. Ведомственные документы. Роль и особенности работы с ведомственными документами. Спектр и реестр дипломатических документов. Документооборот в международных отношениях. Виды переписки. Внутриведомственные документы и документы органов

власти Особенности и правила их подготовки. Составление документов. Роль и значение бесед. Беседа как средство получения и передачи информации. Виды и особенности бесед. Схема дипломатических бесед. Содержание и формы бесед. Значение записей бесед. Официальные встречи и неформальные разговоры. Поддержание связей и цели личных контактов. Ответственность и долг работника. Роль наблюдения в сборе информации. Физическое наблюдение и его задачи. Условия и процедуры наблюдения. Психологическое наблюдение. Открытое и скрытое наблюдение. Контакт под вымышленным предлогом. Интерпретация «молчаливого» наблюдения. Электронное наблюдение. Наблюдение за выполнением договоров и соглашений. Наблюдаемое явление как реальность и случайность.

Тема 1.4. Сохранность информации и базы данных. Задачи хранилищ информации. Назначение архивов и сроки хранения информации. Активность документа. Контроль за сохранностью документов. Досье как средство накопления и распространения информации. Содержание и виды досье. Именные и тематические досье. Мини-досье и их назначение. Описание документальной информации. Информационный анализ и свертывание документальной информации. Назначение и функции базы данных. Цели и пути наполнение баз данных. Отбор информации для баз данных. Ресурсные и временные ограничения. Оценки информации для баз данных. Учет субъективного фактора в оценках информации для баз данных. Методы ранжирования источников информации и самой информации. Приемы классификации информации в базах данных.

Тема 1.5. Типы и рассылка отчетов. Назначение отчетов. Типы и разновидности отчетов. Письменные и устные отчеты. Специфика отчетов во внешнеполитическом ведомстве. Подготовка отчетов. Взаимоотношения аналитиков и чиновников в ходе подготовки отчетов. Учет «провалов в коммуникациях». Содержание и разделы отчетов. Официальные и неофициальные отчеты. Периодические донесения. Понятие конфликтной информации. Причины появления и трудности в ее обработке. Противоречивые слухи и их учет. Оценки и процедуры анализа противоречий в информации. Приемы проверки. Знание и интуиция. Конкретный анализ конкретной ситуации как метод. Правила учета противоречивой информации при составлении отчетов. Система и механизм циркуляции сообщений и информации. Проблема классификации и обеспечения секретности документов. Требования национальной безопасности и соблюдение инструкций. Приемы защиты информации. Конфиденциальная информация и ее обеспечение. Процедуры рассекречивания документов. Рассылка отчетов как этап подготовки аналитической информации.

Раздел 2 Обработка информации.

Тема 2.1. Планирование и предварительный анализ. Роль планирования в информационно-аналитических мероприятиях. Определение специфики ситуации и ее значение. Виды планирования. Составление плана. Цели планирования. Нормативное планирование. Стратегическое планирование. Оперативное планирование. Оценки результатов планирования. Дополнительное планирование и корректировка планов. «Стратегия риска» и человеческий фактор. Роль и смысл предварительного анализа. Отбор существенной информации и «сцепка фактов». Колляция или сопоставление и ее значение. Методы и приемы сопоставления. Особенности сопоставления и их учет при осмыслении информации. Отбор информации по предметным заголовкам. Система ключевых слов.

Тема 2.2. Цели и задачи интерпретации данных. Приемы выявления смысла. Специфика интерпретации устной речи и письменных текстов. Учет обстоятельств и конкретной ситуации. Опасности отсрочки интерпретации данных. Анализ противоречий в

информации и способы их устранения. Ошибки в интерпретации данных и их последствия. Избыток информации и его причины. Опасность увлечения посторонними данными. Структурирование информационных потоков. Критерии и приемы обнаружения посторонней информации. Распознавание «активности» ведомств и сигналы поступления посторонней информации. Учет источников информации, не относящейся к делу. Действия по ее устранению. Объективность и субъективность в оценке информации. Внешние и внутренние факторы, влияющие на оценку. содержания Характеристика источника информации и оценка содержания информации. Приемы и методы оценок информации. Трудности в классификации информации и пути их преодоления. Значимость реальной оценки обстановки и информации.

Тема 2.3. Выявление пробелов и обновление информации. Понятие и характеристика дезинформации. Угрозы и последствия дезинформации. «Утечки» информации и их цели. Направленная информация и «информационная турбулентность». Приемы и методы борьбы с дезинформацией. Проблемы и трудности в этом процессе. Выявление подлинных намерений оппонента. Понятие и причины возникновения пробелов в информации. «Неполная» информация и пробел в ней. Приемы обнаружения пробелов в информации. Факторы, влияющие на полноту информации. Опасность пробелов. Выявление пробелов и их значимость для предварительного анализа. Пути ликвидации пробелов и получение достоверной информации. Выборочное обновление информации как постоянный процесс и метод анализа данных. Устаревание информации и его выражения. Значимость и содержание регулярной работы по обновлению информации. Система и порядок обновления. Учет стандартов профессионального мышления и стереотипов. Угрозы запоздания с обновлением. Контроль за мероприятиями по обновлению информации.

Тема 2.4. Методы анализа и получение законченной информации. Методы исследования общественных отношений и их специфика. Группы методов и их назначение. Типы методов. Количественные и качественные методы анализа данных. Политико-описательный метод и его роль. Прикладные междисциплинарные методы. Методы «творческого мышления». Метод «проб и ошибок» и его пороки. Зависимость выбора методов от задач исследования и объекта. Выбор адекватных методов анализа. Условия их применения. Стратегия исследования. Возможности и условия реализации методов на практике. Ситуационный анализ. Метод изучения реальных дел. Метод эмпатического понимания и его значение. Выбор конкретных методов и проблема их эффективности. Смысл и назначение законченной информации. Причины и последствия ошибок в получении законченной информации. Просчеты аналитика и пути их преодоления. Процедура получения законченной информации. Предварительные справки и отчеты и их роль в получении законченной информации. Критерии успеха аналитика в получении законченной информации.

3.Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1	Сбор информации	Отчет
Тема 1.1	Понятие информации	Доклад, устное выступление на семинаре
Тема 1.2.	Источники информации	Дискуссия
Тема 1.3.	Дипломатические документы и	Эссе

	информация	
Тема 1.4	Сохранность информации и базы данных	Доклад, устное выступление на семинаре
Тема 1.5	Типы и рассылка отчетов	Дискуссия
Раздел 2	Обработка информации	Отчет
Тема 2.1	Планирование и предварительный анализ	Доклад, устное выступление на семинаре
Тема 2.2.	Интерпретация и оценка информации	Доклад, устное выступление на семинаре
Тема 2.3	Выявление пробелов и обновление информации	Дискуссия
Тема 2.4	Методы анализа и получение законченной информации	Эссе и устная презентация

Форма промежуточной аттестации – зачет и курсовая работа

4.Основная литература.

1. Демидов, В. В. Информационно-аналитическая работа в международных отношениях: учеб. пособие. — Москва : Вузовский учебник, 2013. — 200 с.
2. Знаменский, Д. Ю. Информационно-аналитические системы и технологии в государственном и муниципальном управлении [Электронный ресурс] / Д. Ю. Знаменский, А. С. Сибиряев. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : Интермедия, 2014. — 180 с. - Доступ. из ЭБС издательства «IPRbooks. - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/28012>, требуется авторизация (дата обращения : 07.08.2016). — Загл. с экрана.
3. Килин, А. П. Информационно-аналитическая деятельность в органах государственного управления субъектов Российской Федерации [Электронный ресурс] / А. П. Килин, Д. В. Колобова, О. В. Чистякова ; Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина. - Электрон. дан. – Екатеринбург :

Издательство Уральского университета, 2014. - 155 с. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=275733>, требуется авторизация (дата обращения : 11.08.2016). - Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
Факультет Политики и международных отношений
Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ДИСЦИПЛИНЫ
GR (Технологии взаимодействия с органами
власти)
(Б1.В.ОД.6)

краткое наименование - **GR**

по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

профиль: «Реклама и связи с общественностью в публичной и частной сфере»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора 2020

Авторы – составители:

К.и.н., доцент А.Ю.Малышев

Ассистент А.С. Тузовский

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию ПК-6 (способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации) в области GR-коммуникаций.

2. План курса:

Раздел 1. GR в системе массовых коммуникаций

Тема 1.1 Коммуникативный характер взаимодействия государства, общества и бизнес-структур: теоретико-методологические основания

Тема 1.2 Становление и развитие института GR в сравнительно-исторической перспективе

Раздел 2. GR: институциональное и ресурсное измерение

Тема 2.1 Политика и экономика как основания взаимодействия государства, бизнеса и гражданского общества

Тема 2.2 Принятие государственно-управленческих решений: модели и механизмы участия негосударственного сектора

Тема 2.3 Органы государственного и муниципального управления РФ в структуре GR-коммуникации

Тема 2.4 GR как профессия

Раздел 3. GR: технологии и практика

Тема 3.1 Теория и практика лоббизма

Тема 3.2 Современные технологические и функциональные аспекты GR-коммуникации

Тема 3.3 Социальная и корпоративная ответственность власти и бизнеса по отношению к гражданскому обществу

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1	GR в системе массовых коммуникаций	
Тема 1.1	Коммуникативный характер взаимодействия государства, общества и бизнес-структур: теоретико-методологические основания	Опрос
Тема 1.2	Становление и развитие института GR в сравнительно-исторической перспективе	Коллоквиум
Раздел 2	GR: институциональное и ресурсное измерение	
Тема 2.1	Политика и экономика как основания	Диспут

	взаимодействия государства, бизнеса и гражданского общества	
Тема 2.2	Принятие государственно-управленческих решений: модели и механизмы участия негосударственного сектора	Диспут
Тема 2.3	Органы государственного и муниципального управления РФ в структуре GR-коммуникации	Диспут
Тема 2.4	GR как профессия	Диспут
Раздел 3	GR: технологии и практика	
Тема 3.1	Теория и практика лоббизма	Опрос
Тема 3.2	Современные технологические и функциональные аспекты GR-коммуникации	Контрольная работа
Тема 3.3	Социальная и корпоративная ответственность власти и бизнеса по отношению к гражданскому обществу	Тестирование

Промежуточная аттестация, отражающая результат формирования компетенций на уровне данной дисциплины, осуществляется в виде экзамена с использованием балльно-рейтинговой системы.

4. Основная литература

1. *GR и лоббизм: теория и технологии: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры* / под ред. В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой. — М: Издательство Юрайт, 2016.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОТДЕЛОВ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

(Б1.В.ОД.7)

ОРОСО

краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор – составитель:

к.и.н. доцент кафедры ПНиТ

А.Г. Минаков

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

ПК-8 - Организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы

2. План курса:

Раздел 1. Предпосылки создания и необходимые условия деятельности подразделений в сфере рекламы и связей с общественностью. Место связей с общественностью в стратегии публичной деятельности организации.

Тема 1.1. Институциональные, исторические и культурно-идеологические условия появления связей с общественностью.

Информация: определения, виды информации. Информация и содержание информационного подхода в теории коммуникации. Подходы к пониманию коммуникации как виду социальной деятельности. Структура коммуникационного процесса и коммуникативное пространство: источник и получатель; канал, язык, коды; функции и цели. Модели коммуникационного процесса. Социальная, массовая, публичная коммуникация. Информационное пространство и СМИ. Потребность в социально-значимой информации и понятие «аудитории». Общественность и общество. Значимость экономической и социально-политической конкуренции для появления связей с общественностью. Роль рекламы и связей с общественностью в современном гражданском обществе, массовой культуре и рыночной экономике.

Тема 1.2. Эволюция концепций эффективности влияния СМИ на общественное мнение.

Функции СМИ и особенности феномена «общественное мнение». Характеристика эволюции изучения СМИ в XX в.: от гипнотического эффекта масс-медиа к теориям ограниченных эффектов. Теория массового общества и роль СМИ. Теория «волшебной пули». Концепции пропаганды. Теория социальной ответственности СМИ. Нормативные теории массовой коммуникации. Критические теории массовых коммуникаций. Модель двухступенчатой коммуникации и лидеры мнений. Идеи М.Г. Маклюэна. Теория селективной экспозиции. Теория установления повестки дня (agenda setting). Коммуникационная революция индустриального общества. Новые средства коммуникации в информационном обществе: компьютер, интернет. Web 1.0., 2.0., 3.0 и фактор «новых медиа». Потеря традиционными СМИ монополии на формирование повестки дня: отраслевые и социальные

последствия. Стили потребления информации.

Тема 1.3. Публичность и виды публичной деятельности организаций. Управление паблицитным капиталом.

Публичность: виды и подходы к пониманию феномена. Монологическая и диалогическая модель публичности. Построение доверия, легитимация деятельности, консолидация общественности и поддержки обществом деятельности организации как стратегические цели публичной деятельности и публичных коммуникаций. Органы власти и специфика их деятельности. Проблемы публичной политики в Российской Федерации. Различия в публичной деятельности органов власти и бизнес-структур.

Содержание и основные концепции понятий: паблицитный капитал, паблисити, общественное мнение, имидж, бренд, репутация. Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации. Специфика понятий «имидж» и «образ». Основные составляющие имиджа. Факторы влияющие на восприятие имиджа. Технологии построения имиджа. Понятие корпоративного имиджа, корпоративной культуры, фирменного стиля. Определение бренда. Составляющие элементы бренда как целостной маркетинговой системы. Концепция формирования бренда, позиционирование бренда.

Тема 1.4. Коммуникационные стратегии. Формирование концепции публичной деятельности организации.

Связи с общественностью: многообразие определений и понятий. Экономические, политические, идеологические и социальные факторы возникновения и развития науки, профессии и отрасли бизнеса «паблик рилейшнз». Становление PR как науки и учебной дисциплины. Зарождение «связей с общественностью» в США и пропагандистская деятельность в СССР. Формирование европейской традиции понимания public relations. Виды коммуникационных стратегий в деятельности социальных субъектов: пропаганда, реклама, маркетинг, media relations, public relations. Общее и особенное в public relations и media relations. Четыре основных подхода к пониманию PR-деятельности.

Формирование концепции публичной деятельности: выбор идеологии, принципов деятельности. Постановка долгосрочных целей и краткосрочных задач. Определение аудиторий и содержания послания. Разработка критериев эффективности и планирование результатов. Распределение зон ответственности подразделений и их функций, сроки и график деятельности, оценка необходимых ресурсов. Анализ результатов и коррекция деятельности. Планирование антикризисных мероприятий. Примеры региональных и муниципальных публичных стратегий.

Тема 1.5. Моделирование и варианты структурно-функциональных блоков подразделений, обеспечивающих публичную деятельность организации. Проблемы координации деятельности подразделений в сфере публичной

деятельности.

Основные функции подразделений, обеспечивающих публичную деятельность: типология, виды, специфика. Информационные, организационные, аналитические, нормотворческие и пиар-функции. Функциональная зависимость структуры от задач и функций. Моделирование структурно-функциональных блоков подразделений, обеспечивающих публичную деятельность органов власти. Два принципа типологии оргструктур: по схеме подчинения первому лицу: (прямое и опосредованное), по типу внутренней организации (целостные, интегрированные, дисперсные, комбинированные, с привлечением сторонних организаций). Сочетание командного и административного принципов работы. Проблемы координации деятельности подразделений в публичной сфере.

Тема 1.6. Виды оргструктур на примере органов государственной власти и органов местного самоуправления Российской Федерации и зарубежных стран.

Модели связей с общественностью в государственных организациях. Цели связей с общественностью в государственном управлении. Анализ многообразия существующих организационных структур, обеспечивающих публичную деятельность организации и особенности их функционирования. Правовые основы деятельности PR-отделов/пресс-служб органов государственной власти и органов самоуправления. Структура российского государственного PR - рынка. Проблемы взаимоотношений региональных органов власти и СМИ.

Пресс-службы федеральных органов власти: администрации Президента России, Государственной Думы Российской Федерации. Обеспечение публичной деятельности полномочного представителя Президента РФ в Сибирском федеральном округе и работа окружного информационного центра «Сибирь».

Пресс-службы органов государственной власти субъектов Федерации и региональных законодательных собраний: виды структур, специфика деятельности. Пресс-службы российских муниципалитетов. Деятельность PR-подразделений политических партий и некоммерческих организаций.

Организация работы пресс-служб и координация связей с общественностью в правительстве и муниципалитетах Великобритании. Политический пиар и деятельность пресс-служб президентов США.

Тема 1.7. Реклама и связи с общественностью в коммерческом секторе.

Различия в публичной деятельности органов власти и бизнес-структур. Требования, предъявляемые к связям с общественностью в организациях. Отдельные аспекты связей с общественностью по формированию доверия к организации, взаимоотношения со СМИ, с обществом, с сотрудниками, с

потребителями; финансовые отношения, политические отношения. Специфика работы рекламных и пиар-служб публичных компаний. Информационно-коммуникативная деятельность транснациональных корпораций в условиях глобализации. Работа пресс-служб высокотехнологичных компаний. Внутрикorporативный пиар и проблемы формирования корпоративной культуры.

Тема 1.8. Основные профессиональные требования к сотрудникам подразделений по связям с общественностью. Планирование деятельности.

Двойственность положения и проблемы статуса специалистов по связям с общественностью в структуре управления организации. Выстраивание взаимоотношений с первым лицом. Необходимые условия эффективной деятельности внутри организации. Принципы работы с входящей, внутренней и исходящей информацией.

Психологический портрет и базовые профессиональные компетенции пиар-специалиста. Критерии оценки статуса и профессиограмма соискателя должности. Основные принципы и этика взаимодействия с представителями СМИ. Участие в профессиональных объединениях журналистов. Союз Журналистов России. Работа пресс-служб и пиар-подразделений глазами журналистов и редакторов СМИ.

Горизонты планирования деятельности. Календарное и программно-целевое планирование. Планирование циклических и уникальных мероприятий. Медиа-планирование. Понятие «суммарного охвата» целевой аудитории. Выбор паттерна медиа-стратегии: суммарные рейтинги и индексы соответствия целевых СМИ. Построение рэнкера приоритетных медиа-носителей. Медиа-план, его контрольные показатели.

Раздел 2. Основной инструментарий, формы и методы работы подразделений в сфере рекламы и связей с общественностью.

Тема 2.1. Технологии создания собственного информационного потока организации. Организация работы с представителями СМИ.

Управление СМИ и информацией, формирование собственного информационного потока, манипулирование информацией, сегментирование информационного потока, приоритетная поставка информации, информационное партнерство, эксклюзивная информация. Технологии создания рг-текстов: пресс-релизов, пресс-бюллетеней, информационно-справочных материалов, интервью, имиджевых и аналитических статей. Спичрайтинг и его риторические основы. Специфика информационных продуктов. Способы распространения информационного продукта: печать, радио, ТВ. Управление собственными СМИ.

Работа в Интернет-среде: путь от сайтов-визиток до интернет-порталов и твиттера. Основы взаимодействия с «новыми медиа», работа в социальных

сетях. Формирование журналистского пула, построение внутренней и внешней лояльности к организации и создание сети сторонников. Формирование и ведение баз данных, фото- и видеоархива. Вопросы создания визуального образа организации.

Тема 2.2. Специальные мероприятия и основные требования к их проведению.

Организация и проведение специальных мероприятий: презентаций, семинаров, «круглых столов», пресс-конференций, церемоний открытия и награждений, торжественных приемов, пресс-туров, форумов, профессиональных конкурсов. План подготовки и схема освещения мероприятий. Формирование долгосрочных программ и мероприятий. Принципы проведения PR- акций по продвижению бренда организации.

Тема 2.3. Качественные и количественные методы социологических исследований информации. Социологические опросы и фокус-группы как методы изучения общественного мнения: основные принципы и особенности применения.

Цели и задачи информационно-аналитической деятельности в публичной сфере. Проблемы оценки эффективности деятельности подразделений по связям с общественностью. Качественные и количественные методы сбора информации. Социологические опросы и фокус-группы как методы изучения общественного мнения: основные принципы и особенности применения. Фигура модератора и его задачи в проведении фокус-групп.

Тема 2.4. Мониторинг СМИ: определение, принципы и методики проведения. Методы анализа сообщений СМИ: основные принципы и формирование программы исследования.

Методы анализа сообщений СМИ: основные принципы и формирование программы исследования. Контент-анализ и обобщение информации, формирование задач, определение программы исследования, составление рабочего документа, компьютерная обработка материалов. Предъявление результатов исследования, количественные методики подсчета содержательных элементов текста и качественные характеристики публикаций. Виды отчетно-аналитических документов.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1	Предпосылки создания и необходимые условия деятельности	

	подразделений в сфере рекламы и связей с общественностью. Место связей с общественностью в стратегии публичной деятельности организации.	
Тема 1.1	Институциональные, исторические и культурно-идеологические условия появления связей с общественностью.	Устные ответы на вопросы
Тема 1.2	Эволюция концепций эффективности влияния СМИ на общественное мнение.	Написание доклада, контрольной работы
Тема 1.3	Публичность и виды публичной деятельности организаций. Управление публицитным капиталом.	Написание доклада, контрольной работы
Тема 1.4	Коммуникационные стратегии. Формирование концепции публичной деятельности организации.	Устные ответы на вопросы
Тема 1.5	Моделирование и варианты структурно-функциональных блоков подразделений, обеспечивающих публичную деятельность организации. Проблемы координации деятельности подразделений в сфере публичной деятельности.	Устные ответы на вопросы
Тема 1.6	Виды оргструктур на примере органов государственной власти и органов местного самоуправления Российской Федерации и зарубежных стран.	Написание доклада, контрольной работы
Тема 1.7	Реклама и связи с общественностью в коммерческом секторе.	Написание эссе
Тема 1.8	Основные профессиональные требования к сотрудникам подразделений по связям с общественностью. Планирование деятельности.	Устные ответы на вопросы
Раздел 2	Основной инструментарий, формы и методы работы подразделений в сфере рекламы и связей с общественностью.	
Тема 2.1	Технологии создания собственного информационного потока организации. Организация работы с представителями СМИ.	Устные ответы на вопросы
Тема 2.2	Специальные мероприятия и основные требования к их проведению.	Устные ответы на вопросы

Тема 2.3	Качественные и количественные методы социологических исследований информации. Социологические опросы и фокус-группы как методы изучения общественного мнения: основные принципы и особенности применения.	Написание доклада, контрольной работы
Тема 2.4	Мониторинг СМИ: определение, принципы и методики проведения. Методы анализа сообщений СМИ: основные принципы и формирование программы исследования.	Устные ответы на вопросы

Форма промежуточной аттестации: **зачет**.

4. Основная литература

1. *Коноваленко, В. А.* Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: учеб. для бакалавров и для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и специальностям / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед; Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. - Москва: Юрайт, 2014. - 383 с. – То же [Электронный ресурс]. – Доступ из ЭБС изд-ва «Юрайт». – Режим доступа <https://www.biblio-online.ru/book/E8CDCAD5-BAF8-4317-89A2-D53374890F18>, требуется авторизация (дата обращения 11.08.2016). – Загл. с экрана.
2. *Минаева, Л.В.* Внутрикorporативные связи с общественностью: теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Связи с общественностью" / Л. В. Минаева. - М.: Аспект Пресс, 2010. – 286 с. – То же [Электронный ресурс]. – Доступ из ЭБС «IPRbooks». – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8971>, требуется авторизация (дата обращения: 08.08.2016). – Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений
Кафедра политических наук и технологий

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ДИСЦИПЛИНЫ
МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ
(Б1.Б.21)**

МИиСА

краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в публичной и частной
сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная
Год набора – 2020

Автор-составитель:

канд. филол. наук, доцент кафедры политических наук
и технологий Зимина Л.О.

Новосибирск, 2019 г.

1. Цель освоения дисциплины: сформировать компетенции в области маркетинговых исследований.

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-7	Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникативных кампаний и мероприятий.	ПК-7.5.	Способен использовать теоретические знания и применять методы социологических и маркетинговых исследований, способов и приемов консалтинга, электоральных PR-технологий при подготовке коммуникационных кампаний и мероприятий.

2. План курса

Раздел 1. Особенности маркетингового исследования

Тема 1.1. Специфика маркетинговых исследований в рекламе и связях с общественностью

Предмет, задачи и структура курса. Специфика маркетингового исследования в сфере PR. Основные понятия маркетингового исследования. Предмет, объект исследования. Цель и задачи исследования в сфере рекламы и PR. Основные направления исследований. Методология исследования. Этика исследований в рекламе и связях с общественностью. Основные этические принципы и нормы, которые необходимо учитывать при проведении маркетинговых исследований.

Тема 1.2. Структура и содержание исследования в рекламе и связях с общественностью

Основные этапы процесса исследования в сфере рекламы и PR. Предварительное обсуждение и согласование. Определение проблемы. Обоснование необходимости проведения исследования. Формулирование цели и задач исследования.

Планирование и организация исследования. Определение соответствующего типа исследования. Подготовка материалов исследования. Инструментарий маркетингового исследования. Проведение исследования. Современные технологии сбора данных. Подготовка информации для анализа. Применение и анализ данных. Представление результатов. Подготовка отчета. Разработка рекомендаций по PR-деятельности.

Тема 1.3. Основные виды исследований в рекламе и связях с общественностью

Вторичные исследования. Вторичная информация и её источники. Использование результатов вторичных исследований. Достоинства и недостатки вторичных исследований в рекламе и PR. Первичные исследования, их виды. Качественные исследования. Основные цели и направления качественных исследований в рекламе и PR. Достоинства и недостатки качественных исследований. Количественные исследования. Основные цели и направления количественных исследований в рекламе и PR. Достоинства и недостатки количественных исследований. Преимущества комбинированного исследования.

Тема 1.4. Выборка

Основные понятия выборки. Генеральная совокупность. Выборочная совокупность. Репрезентативность выборки. Ошибки выборки.

Методы формирования выборок. Случайный отбор. Основа выборки. Объем случайной выборки. Типы случайной выборки. Неслучайная выборка. Основа выборки. Объем неслучайной выборки. Типы неслучайной выборки.

Раздел 2. Процесс маркетингового исследования

Тема 2.1. Методы сбора информации

Метод опроса. Классификация опросов. Достоинства и недостатки опросов. Проекционный метод. Панельные исследования. Их функции. Классификация панелей. Проблемы использования панелей. Наблюдение. Процедура наблюдения. Классификация наблюдений. Достоинства и недостатки наблюдения. Физиологические исследования. Эксперимент. Виды и планы экспериментов. Угрозы, возникающие при проведении экспериментов. Достоинства и недостатки эксперимента. Мик-методики: hall-тест, home-тест, secret shopping. Кабинетные исследования. Методы работы с документами: формализованный и неформализованный анализ.

Тема 2.2. Разработка форм для сбора данных

Этапы разработки анкеты. Составление вопросов. Виды вопросов. Разработка открытых и закрытых вопросов. Композиция и оформление анкеты. Логический контроль и апробация инструментария опроса. Внутреннее тестирование и пилотаж анкет. Сопроводительные материалы.

Тема 2.3. Измерения в маркетинговых исследованиях

Основные типы шкал. Номинальная шкала. Порядковая (ранговая) шкала. Интервальная шкала. Относительная шкала (метрическая). Классификация методов шкалирования. Методы сравнительного шкалирования: попарного сравнения; упорядоченного шкалирования; с постоянной суммой; Q-сортировка. Методы несравнительного шкалирования: графическая шкала (непрерывная рейтинговая шкала); детализированная рейтинговая шкала; шкала Лайкерта; семантический дифференциал; шкала Стэпела.

Тема 2.4. Анализ данных и представление результатов маркетингового исследования

Изучение и описание данных. Анализ и интерпретация информации. Оценивание измерений в рекламе и связях с общественностью. Описательные методы для всех уровней измерения. Анализ данных интервального и относительного уровня измерений. Компьютерный анализ данных. Статистический вывод. Проверка гипотез. Представление результатов исследования.

Отчёт о маркетинговом исследовании. Требование к отчету. Формы отчета об исследовании. Письменный отчёт об исследовании. Его структура и содержание. Сообщение результатов исследования в письмах и служебных записках. Устный отчёт об исследовании. Его структура и содержание. Использование результатов исследований при принятии решений.

Тема 2.5. Ситуационный анализ

Понятие и предмет ситуационного анализа. Методология SWOT-анализа. Матрица угроз. Ошибки, возникающие при проведении SWOT-анализа. Исследование рыночной ситуации. Исследование поведения покупателей на рынке товаров и услуг. Отношение потребителей к фирме, торговой марке. Степень удовлетворенности потребителей товаром, услугой, фирмой. Исследование покупательских намерений. Диагностика состояния конкуренции на рынке. Анализ показателей деятельности конкурентов. Оценка конкурентоспособности товара.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1. Особенности маркетингового исследования		
Тема 1.1.	Специфика маркетинговых исследований в	Устное выступление с докладом

	связях с общественностью	и презентацией, практическое задание
Тема 1.2.	Структура и содержание исследования в связях с общественностью	Устное выступление с докладом и презентацией, практическое задание
Тема 1.3.	Основные виды исследований в рекламе и связях с общественностью	Устное выступление с докладом и презентацией, практическое задание
Тема 1.4	Выборка	Устное выступление с докладом и презентацией, практическое задание
Раздел 2. Процесс маркетингового исследования		
Тема 2.1.	Методы сбора информации	Устное выступление с докладом и презентацией, практическое задание
Тема 2.2.	Разработка форм для сбора данных	Устное выступление с докладом и презентацией, практическое задание
Тема 2.3.	Измерения в маркетинговых исследованиях	Устное выступление с докладом и презентацией, практическое задание
Тема 2.4.	Анализ данных и представление результатов маркетингового исследования	Устное выступление с докладом и презентацией, практическое задание
Тема 2.5	Ситуационный анализ	Устное выступление с докладом и презентацией, практическое задание, защита контрольной работы

Зачет проводится с применением следующих методов: устное собеседование по вопросам билета.

4. Основная литература

1. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А. В. Коротков. – Электрон. дан. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 303 с. – Доступ из Унив. б-ки ONLINE. – Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119143>, требуется авторизация (дата обращения : 02.11.2016). – Загл. с экрана.
2. Невоструев, П. Ю. Маркетинг и маркетинговые исследования [Электронный ресурс] : учеб.-метод. комплекс / П. Ю. Невоструев. – Электрон. дан. - Москва : Евраз. открытый ин-т, 2011. – 47 с. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=91070&sr=1>, требуется авторизация (дата обращения : 02.11.2016). – Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра физического воспитания и спорта

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

**Элективные курсы по физической культуре по выбору (фитнес
аэробика; теннис, бадминтон; волейбол, баскетбол; общая физическая
подготовка; пауэрлифтинг; плавание; кроссфит; оздоровительная
гимнастика; физическая подготовка как основа здорового образа жизни)**

краткое наименование дисциплины: ЭКпоФК

по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора - 2020

Авторы – составители:

Заведующий кафедрой физического воспитания и спорта Юдин
Дмитрий Сергеевич

Старший преподаватель кафедры физического воспитания и спорта
Самсонова Евгения Андреевна

Новосибирск, 2019 г.

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области физической культуры и спорта, направленную на психофизическую готовность студентов к успешной профессиональной деятельности, наличие которой обеспечивает готовность к социально-профессиональной деятельности, включение в здоровый образ жизни, в систематическое физическое самосовершенствование

2. План курса:

Раздел 1 ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКЕ СТУДЕНТОВ

Тема 1.1. Физическая культура в профессиональной подготовке бакалавра и социокультурное развитие личности студента

Физическая культура и спорт как социальные феномены современного общества. Социальные функции физической культуры и прикладной физической культуры. Средства физической культуры и прикладной физической культуры. Основные составляющие прикладной физической культуры. Формирование прикладной физической культуры бакалавра в форме элективных курсов по физической культуре. Прикладная физическая культура в структуре высшего образования. Организационно-правовые основы физической культуры и спорта студенческой молодежи России. Общая психофизиологическая характеристика интеллектуальной деятельности и учебного труда студента. Признаки и критерии нервно-эмоционального и психофизического утомления. Регулирование работоспособности, профилактика утомления студентов в разные периоды учебного года и профессиональной деятельности. Оптимизация сопряженной деятельности студентов в учёбе и спортивном совершенствовании

Тема 1.2. Образ жизни и его отражение в профессиональной деятельности

Здоровье человека как ценность. Факторы, определяющие состояние здоровья. Влияние образа жизни на здоровье. Здоровый образ жизни и его составляющие, требования к организации образа жизни. Физическое самовоспитание и самосовершенствование в здоровом образе жизни. Физиологические механизмы и закономерности совершенствования отдельных функциональных систем и организма в целом под воздействием направленной физической нагрузки или тренировки. Физиологические механизмы использования средств прикладной физической культуры и спорта для активного отдыха и восстановления работоспособности. Основы биомеханики естественных локомоций (ходьба, бег, прыжки).

Раздел 2 ПСИХОФИЗИОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УЧЕБНОГО ТРУДА И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Тема 2.1. Психофизиологические основы учебного труда и интеллектуальной деятельности. Средства физической культуры в регулировании работоспособности.

Учебный труд студента. Формирование профессионально важных психических качеств средствами прикладной физической культуры и спорта. Особенности интеллектуальной деятельности студента. Аутогенная тренировка. Средства физической культуры и элективных курсов по физической культуре для поддержания общей работоспособности. Значение мышечной релаксации. Формирование психических качеств, черт и свойств личности в процессе физического воспитания. Психотерапевтические возможности прикладной физической культуры. Методика определения силы.

Раздел 3 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИКЛАДНОЙ ФИЗИЧЕСКОЙ

КУЛЬТУРЫ

Тема 3.1. *Общая физическая подготовка студентов в образовательном процессе и в будущей профессиональной деятельности*

Формы физического воспитания. Принципы прикладной физической культуры и тренировок избранным видом спорта. Методы физического воспитания. Методы вербального и сенсорного воздействия. Воспитание необходимых в будущей профессии физических качеств и поддержание их. Основы обучения движений в избранном спортивном направлении / виде. Составление комплексов упражнений для развития и поддержания необходимых физических качеств. Структура занятия ОФП. Возможность и условия коррекции физического развития, двигательной и функциональной подготовленности средствами прикладной физической культуры и спорта.

Тема 3.2. *Специальная физическая и спортивная подготовка студентов в образовательном процессе и в будущей профессиональной деятельности*

Специальная физическая подготовка, её цели и задачи. Методы физического воспитания. Воспитание необходимых в будущей профессии физических качеств и поддержание их. Основы обучения движений в избранном спортивном направлении / виде. Составление комплексов упражнений для развития и поддержания необходимых физических качеств. Структура занятия ОФП, СП и УТЗ. Основы совершенствования физических качеств необходимые в будущей профессиональной деятельности.

Раздел 4 МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЗАНЯТИЙ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРОЙ И СПОРТОМ

Тема 4.1. *Методические основы самостоятельных занятий физическими упражнениями.*

Формирование мотивации к самостоятельным занятиям физическими упражнениями. Значение и необходимость регулярным самостоятельных занятий. Планирование самостоятельных занятий, составление планов и комплексов упражнений. Взаимосвязь между интенсивностью нагрузок и уровнем физической подготовленности. Коррекция содержания и методики занятий физическими упражнениями и спортом по результатам показателей контроля. Индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений.

Тема 4.2. *Самоконтроль в процессе занятий.*

Контроль и учет в физическом воспитании. Самоконтроль за эффективностью самостоятельных занятий. Диагностика и самодиагностика состояния организма при регулярных занятиях физическими упражнениями и спортом. Использование методов стандартов, антропометрических индексов, номограмм, функциональных проб, упражнений-тестов для оценки физического развития, телосложения, функционального состояния организма, физической подготовленности. Методы самооценки специальной физической и спортивной подготовленности по избранному виду спорта.

Раздел 5 АДАПТИВНАЯ И ОЗДОРОВИТЕЛЬНАЯ ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА

Тема 5.1. *Оздоровительная физическая культура (ОФК)*

Цель и задачи ОФК. Характеристика основных форм ОФК. Виды ОФК и их физиологическая характеристика. Особенности методики занятий ОФК.

Тема 5.2. *Адаптивная физическая культура: основные понятия, методы и средства АФК.*

Предмет, цель, приоритетные задачи АФК. Основные компоненты (виды) АФК. Средства и методы АФК, ФК и спорта в практике. Содержание и организация адаптивного

физического воспитания. Модели соревновательной деятельности, применяемые в адаптивном спорте.

Раздел 6 ДИАГНОСТИКА ПРИ ЗАНЯТИЯХ ФИЗИЧЕСКИМИ УПРАЖНЕНИЯМИ И СПОРТОМ

Тема 6.1. *Исследование физического развития*

Оценка физического развития методом стандартов и индексов. Оценка функционального состояния организма (функциональные пробы). Комплексные тесты оценки физического состояния. Методики расчета тренировочного пульса. Уровень физической и умственной работоспособности.

Тема 6.2. *Методики коррекции физического развития*

Рекомендации по организации оздоровительной тренировки. Методика составления и самостоятельного проведения оздоровительного занятия. Методика использования средств физической культуры в регулировании работоспособности и профилактике утомления и усталости.

Раздел 7 СПОРТ. ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ВЫБОР ВИДОВ СПОРТА

Тема 7.1. *Спорт. Индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений.*

Массовый спорт и спорт высших достижений, их цели и задачи. Спортивная классификация. Студенческий спорт. Особенности организации и планирования спортивной подготовки в вузе. Спортивные соревнования как средство и метод общей физической, профессионально-прикладной, спортивной подготовки студентов. Характеристика особенностей воздействия данного вида спорта (система физических упражнений) на физическое развитие и подготовленность, психические качества и свойства личности. Возможные формы организации тренировки в вузе. Мотивация и обоснование индивидуального выбора студентом вида спорта или системы физических упражнений для регулярных занятий. Определение цели и задач спортивной подготовки (или занятий системой физических упражнений) в системе вуза. Средства и методы развития профессиональных физических качеств избранным видом спорта.

Тема 7.2. *Особенности занятий избранным видом спорта или системой упражнений*

Мотивация и обоснование индивидуального выбора студентом вида спорта или системы физических упражнений для регулярных занятий. Определение цели и задач спортивной подготовки (или занятий системой физических упражнений) в системе вуза. Средства и методы развития профессиональных физических качеств избранным видом спорта.

Раздел 8 КЛАССИФИКАЦИЯ ТЕХНИКИ ДВИЖЕНИЙ

Тема 8.1. *Основы техники избранного спортивного направления/ вида спорта*

Техника безопасности на занятиях. Техника движений в избранном виде спорта: фазы, структуры и силы движений. Основы техники. Профилактика травматизма. Комплексы упражнений для всего тела. Совершенствование техники по избранному виду спорта.

Раздел 9 МЕТОДИКА СОСТАВЛЕНИЯ И ПРОВЕДЕНИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНЫХ ЗАНЯТИЙ

Тема 9.1. *Методика составления и проведения простейших самостоятельных занятий физическими упражнениями гигиенической или тренировочной направленности*

Форма и содержание занятий физическими упражнениями. Структура занятий физическими упражнениями. Закономерности изменения работоспособности в процессе

занятий физическими упражнениями.

Раздел 10 МЕТОДИКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО ПОДХОДА

Тема 10.1. *Средства и методы направленного развития отдельных физических качеств*

Методы и средства развития выносливости. Методы и средства развития силы. Методы и средства развития гибкости. Методы и средства совершенствования ловкости. Методы и средства развития быстроты. Подводящие упражнения, развивающие физические качества или их совокупность, необходимые в различных видах спорта.

Раздел 11 ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ПРИКЛАДНАЯ ФИЗИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА СТУДЕНТОВ

Тема 11.1. *Профессионально-прикладная физическая подготовка студентов*

Особенности использования средств физической культуры для оптимизации работоспособности, профилактики нервно-эмоционального и психофизического утомления студентов, повышение эффективности учебного труда. Простейшие методики самооценки работоспособности, усталости, утомления и применения средств физической культуры для их направленной коррекции. Методики эффективных и экономичных способов овладения жизненно важными умениями и навыками. Методика составления индивидуальных программ физического самовоспитания и занятия с оздоровительной, рекреационной и восстановительной направленностью. Методика самоконтроля за техническим выполнением физических упражнений и двигательных навыков. Основы развития физических качеств.

Раздел 12 ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ПРИКЛАДНАЯ ФИЗИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА СОТРУДНИКОВ ИЗ РАЗНЫХ СФЕР ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Тема 12.1. *Профессионально-прикладная физическая подготовка будущих специалистов*

Личная и социально-экономическая необходимость социальной психофизической подготовки человека к труду. Определение понятия ППФП, ее цели, задачи и средства. Место ППФП в системе физического воспитания студентов. Особенности ППФП студентов по избранному спортивному направлению. ППФП будущего специалиста (менеджер, психолог, специалисты в различных областях государственного и муниципального управления). Прикладные виды спорта и их элементы.

Раздел 13 ПРОФИЛАКТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ЗАБОЛЕВАНИЙ СРЕДСТВАМИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ

Тема 13.1. *Средства профилактики профессиональных заболеваний и улучшения работоспособности*

Физические упражнения как средства профилактики профессиональных заболеваний. Здоровый образ жизни как средство укрепления организма в целом. Комплексы упражнений, направленных на профилактику заболеваний. Простейшие приемы самомассажа. Роль и значение аутогенной тренировки.

Раздел 14 ОСНОВЫ МЕТОДИКИ ОРГАНИЗАЦИИ СУДЕЙСТВА ПО ИЗБРАННОМУ ВИДУ СПОРТА

Тема 14.1. *Основы организации судейства по избранному виду спорта.*

Объект субъекта, предмет судейства. Протоколы соревнований. Атрибуты судейства. Условия допуска к соревнованиям. Правила проведения соревнований. Составление положения и регламента соревнований. Протесты, дисквалификация.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1	ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКЕ СТУДЕНТОВ	Тестирование физическим показателям по нормативам Решение тестового задания на бумажном носителе
Тема 1.1	Физическая культура в профессиональной подготовке бакалавра и социокультурное развитие личности студента.	
Тема 1.2	Образ жизни и его отражение в профессиональной деятельности	
Раздел 2	ПСИХОФИЗИОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УЧЕБНОГО ТРУДА И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	Тестирование физическим показателям по нормативам Решение тестового задания на бумажном носителе
Тема 2.1	Психофизиологические основы учебного труда и интеллектуальной деятельности. Средства физической культуры в регулировании работоспособности.	
Раздел 3	ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИКЛАДНОЙ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ	Тестирование физическим показателям по нормативам Решение тестового задания на бумажном носителе
Тема 3.1	Общая физическая подготовка студентов в образовательном процессе и в будущей профессиональной деятельности.	
Тема 3.2	Специальная физическая и спортивная подготовка студентов в образовательном процессе и в будущей профессиональной деятельности.	
Раздел 4	МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЗАНЯТИЙ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРОЙ И СПОРТОМ	Тестирование физическим показателям по нормативам Решение тестового задания на бумажном носителе
Тема 4.1	Методические основы самостоятельных занятий физическими упражнениями.	
Тема 4.2	Самоконтроль в процессе занятий	
Раздел 5	АДАПТИВНАЯ И ОЗДОРОВИТЕЛЬНАЯ ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА	Тестирование физическим показателям по нормативам Решение тестового задания на бумажном носителе
Тема 5.1	Оздоровительная физическая культура (ОФК).	
Тема 5.2	Адаптивная физическая культура: основные понятия, методы и средства АФК.	
Раздел 6	ДИАГНОСТИКА ПРИ ЗАНЯТИЯХ ФИЗИЧЕСКИМИ УПРАЖНЕНИЯМИ И СПОРТОМ	Тестирование физическим показателям по нормативам

		Решение тестового задания на бумажном носителе Устный ответ на вопросы
Тема 6.1	Исследование физического развития	
Тема 6.2	Методики коррекции физического развития	
Раздел 7	СПОРТ. ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ВЫБОР ВИДОВ СПОРТА	Тестирование физическим показателей по нормативам Решение тестового задания на бумажном носителе
Тема 7.1	Спорт. Индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений.	
Тема 7.2	Особенности занятий избранным видом спорта или системой упражнений	
Раздел 8	КЛАССИФИКАЦИЯ ТЕХНИКИ ДВИЖЕНИЙ	Тестирование физическим показателей по нормативам Решение тестового задания на бумажном носителе
Тема 8.1	Основы техники избранного спортивного направления/ вида спорта	
Раздел 9	МЕТОДИКА СОСТАВЛЕНИЯ И ПРОВЕДЕНИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНЫХ ЗАНЯТИЙ	Тестирование физическим показателей по нормативам Решение тестового задания на бумажном носителе
Тема 9.1	Методика составления и проведения простейших самостоятельных занятий физическими упражнениями гигиенической или тренировочной направленности	
Раздел 10	МЕТОДИКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО ПОДХОДА	Тестирование физическим показателей по нормативам Решение тестового задания на бумажном носителе
Тема 10.1	Средства и методы направленного развития отдельных физических качеств	
Раздел 11	ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ПРИКЛАДНАЯ ФИЗИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА СТУДЕНТОВ	Тестирование физическим показателей по нормативам Решение тестового задания на бумажном носителе Устный ответ на вопросы Составление и проведение комплекса ППФП
Тема 11.1	Профессионально-прикладная физическая подготовка студентов	
Раздел 12	ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ПРИКЛАДНАЯ ФИЗИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА СОТРУДНИКОВ ИЗ РАЗНЫХ СФЕР	Тестирование физическим показателей по нормативам Решение тестового задания на

	ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	бумажном носителе
Тема 12.1	Профессионально-прикладная физическая подготовка будущих специалистов	
Раздел 13	ПРОФИЛАКТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ЗАБОЛЕВАНИЙ СРЕДСТВАМИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ	Тестирование физическим показателям по нормативам Решение тестового задания на бумажном носителе
Тема 13.1	Средства профилактики профессиональных заболеваний и улучшения работоспособности	
Раздел 14	ОСНОВЫ МЕТОДИКИ ОРГАНИЗАЦИИ СУДЕЙСТВА ПО ИЗБРАННОМУ ВИДУ СПОРТА	Тестирование физическим показателям по нормативам Решение тестового задания на бумажном носителе
Тема 14.1	Основы организации судейства по избранному виду спорта	

Форма промежуточной аттестации - зачет

4. Основная литература.

1. Евсеев, Ю. И. Физическая культура [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Ю. И. Евсеев. - 9-е изд., стер. – Электрон. дан. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2014. - 448 с. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». – Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=271591>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2016). – Загл. с экрана.
2. Физическая культура [Электронный ресурс] : учеб. пособие/ Е. С. Григорович [и др.]. - Электрон. дан. - Минск: Вышэйшая школа, 2014. - 351 с. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/35564.html>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2016). – Загл. с экрана. – То же [Электронный ресурс]. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». – Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=144214>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2016). – Загл. с экрана.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра международных отношений и гуманитарного сотрудничества

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ДИСЦИПЛИНЫ
ИСТОРИЯ МИРОВОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И
ИСКУССТВА**

(Б1.В. ДВ.1.1)

ИМЛИ

краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор – составитель:

к.филол.н. доцент, доцент кафедры МОГС

Н.В. Отургашева

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

ПК-7 - Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникативных кампаний и мероприятий.

2. План курса:

Раздел 1. Зарубежная литература и искусство: Античность, Средневековье, Возрождение

Тема 1.1. Литература и искусство как формы познания действительности

Понятие и природа «эстетического». Эстетическая деятельность и художественная практика. Эстетика как наука об исторически обусловленной сущности общечеловеческих ценностей, их порождении, восприятии, оценке и освоении. Эстетические категории. Прекрасное, возвышенное, безобразное, низменное, трагическое, комическое как разные формы проявления эстетического. Понятие прекрасного как центральная категория эстетики.

Искусство как ядро эстетической деятельности. Художественный образ как форма мышления в искусстве, как индивидуализированное обобщение, раскрывающее в конкретно-чувственной форме существенное для ряда явлений. Специфика художественного образа и художественного восприятия.

Морфология искусства как одно из направлений систематизации художественного творчества, предполагающее его деление и группировку по некоторым устойчивым формальным и сущностным признакам. Виды искусства.

Литература и искусство как формы познания действительности: отличие от научного познания.

Тема 1.2. Искусство и литература античности

Универсальный характер и гуманизм античной культуры. Гармония как ее мировоззренческий и формообразующий принцип.

Миф и античное сознание. Взаимопроникновение рационально-философского и художественно-образного мышления - источник цельности античной культуры.

Античная эстетика. Прекрасное как свойство меры и числа. Представление о человеческой красоте и ее воплощение в искусстве. Внешнее совершенство как проявление внутренней красоты. Архитектура и скульптура – зримое воплощение принципа гармонии. Происхождение

театра. Развитие греческой драматургии: Эсхил, Софокл, Еврипид, Аристофан.

Древнегреческая литература: эпические поэмы Гомера «Илиада» и «Одиссея», поэзия, роман.

Диалектика заимствованного и оригинального в культуре Древнего Рима. Практицизм и зрелищность римской культуры. Более высокая степень авторского самовыявления и субъективизма в искусстве: скульптурный портрет, проза, поэзия, театр. Развитие ораторского искусства.

Античная культура как типологическая целостность и ее отражение в зеркале иных культур.

Тема 1.3. Искусство и литература европейского Средневековья

Развитие европейской средневековой культуры в духовном пространстве христианской религии. Особенности средневековой картины мира. Дуализм средневекового сознания. Духовное измерение человека и бытия. Проблема символа и знака в средневековой культуре. Место искусства в системе ценностей средневековья. Символизм средневекового искусства. Изобразительное искусство: иконопись, книжная миниатюра. Архитектура: романский и готический стили. Храм как модель мира. Готический храм как синтез искусств. Народное творчество и его отражение в письменных памятниках. Литература как выражение церковного и рыцарского идеалов: народные песни и легенды, религиозная литература, рыцарская поэзия, рыцарский роман.

Многообразие художественных тенденций как отражение социальной неоднородности средневекового общества.

Тема 1.4. Искусство и литература эпохи Возрождения

Среда, условия, истоки формирования ренессансной культуры, ее творцы и носители. Гуманизм как новая идеология, как поворот от Бога к Человеку. Соотношение гуманизма и индивидуализма в искусстве и литературе Возрождения. Значение духовных ценностей античного мира.

Антропоцентризм культуры Возрождения. Ренессансный человек как носитель социокультурных ценностей и смыслов, как Творец культуры, мира и самого себя. Новая модель человека: универсализм и полнота бытия, гедонизм, авантюризм и предприимчивость.

Искусство Возрождения как художественное самосознание культуры. Образ человека и мира в живописи и скульптуре. Понятие и значение жанра в искусстве, развитие жанровой системы.

Особенности итальянского Возрождения. Художественные открытия итальянского Ренессанса: Джотто ди Бондоне, Мазаччо, Донателло, Сандро Боттичелли, Леонардо да Винчи, Рафаэль Санти, Микеланджело Буонарроти, Тициан.

Развитие литературы и формирование итальянского языка. «Божественная комедия» Данте Алигьери, «Канцоньере» Франческо Петрарки, «Декамерон» Джованни Боккаччо.

Тема 1.5. Искусство и литература Северного Возрождения

Понятие Северного Возрождения. Реформация как обоснование индивидуализма и самостоятельности личности. Протестантская мораль и личность нового типа.

Возрождение во Франции. Франсуа Рабле – великий гуманист, автор романа «Гаргантюа и Пантагрюэль». Творчество поэтов «Плеяды» и реформа французского языка. Поэзия Пьера Ронсара. Художественная деятельность Жана Клуэ Старшего и Жана Клуэ Младшего как отражение гуманистических тенденций во французской живописи.

Возрождение в Англии. «Утопия» Томаса Мора. Английский театр эпохи Ренессанса. Творчество Шекспира – сонеты, комедии, трагедии: образ ренессансной личности и крушение ее идеалов.

Возрождение в Испании. Мигель Сервантес де Сааведра и его роман «Хитроумный идальго Дон-Кихот Ламанчский». Гамлет и Дон-Кихот как две грани ренессансной личности. Развитие реалистических тенденций в творчестве Лопе де Вега: лирика, критика, драматургия. Пьесы Кальдерона.

Возрождение в Германии и Нидерландах. Развитие жанровой живописи: пейзаж, портрет, бытовой жанр: Хуберт ван Эйк, Ян ван Эйк, Хиеронимус Босх, Питер Брейгель Старший. Сатирическая литература: «Корабль дураков» Себастьяна Бранта, «Похвала глупости» Эразма Роттердамского. Живопись Альбрехта Дюрера.

Раздел 2. Зарубежная литература и искусство: Новое и Новейшее время

Тема 2.1. Искусство и литература XVII - XVIII веков.

Хронологические рамки и культурно-исторический смысл понятия «новое время» (XVII-XIX вв.). Исторический и социальный контекст. Развитие науки и философии. Новое представление о драматической сложности и конфликтности мира, о человеке в его многообразных связях с миром.

Расцвет национальных художественных школ Италии, Фландрии, Испании, Франции, Голландии. Расширение тематики искусства, формирование новых жанров, развитие психологического портрета. Понятие художественного стиля.

Барокко как ведущая стилистическая система в искусстве XVII века. Художественное своеобразие стиля барокко. Эстетические признаки барокко в архитектуре, живописи и литературе. Искусство Италии, Испании, Фландрии: Джованни Лоренцо Бернини, Микеланджело да Караваджо, Питер Пауль Рубенс.

Классицизм как художественно-эстетическая аналогия рационалистической философии. Роль античной эстетики в формировании классицизма. Стилистические принципы классицизма и их воплощение во французском искусстве. Теория классицизма в трактате Никола Буало

«Поэтическое искусство». Пьер Корнель – основоположник классицизма в литературе и театре. Театральное творчество Жана Расина и Жана –Батиста Мольера. Живопись Никола Пуссена.

Бытовой реализм и «малые голландцы» как отражение демократических тенденций в искусстве Нидерландов. Творчество Рембрандта Харменса ван Рейна.

Рококо, классицизм и неоклассицизм – ведущие стили в европейском искусстве XVIII века: архитектура, живопись, скульптура. Игровое, театральное начало в искусстве рококо. Возникновение сентиментализма.

Музыкальные шедевры XVIII века: творчество Иоганна Себастьяна Баха, Георга Фридриха Генделя, Йозефа Гайдна, Вольфганга Амадея Моцарта, Людвиг ван Бетховена.

Творчество Вольфганга Гете – вершина немецкого и европейского Просвещения. Роль литературы в духовной жизни общества.

Тема 2.2. Искусство и литература XIX века

Романтизм и реализм как основные художественные концепции XIX века.

Романтизм как оппозиция Просветительству. Культ поэта и поэзии. Человек и мир в искусстве романтизма. Эстетика романтизма, этапы развития, понятие романтического героя. Романтизм в искусстве и литературе: «школа йенских романтиков», Байрон, Шелли, Шатобриан, Гюго, Жорж Санд, Дюма.

Формирование реалистического метода изображения действительности в литературе и искусстве. Роман – ведущий жанр европейской литературы. Романы Чарлза Диккенса, Уильяма Теккерея, Фредерика Стендаля, Оноре де Бальзака, Гюстава Флобера. Эстетизм. Соотношение этического и эстетического в творчестве О. Уайльда. Импрессионизм – непосредственно-субъективное восприятие окружающего мира: Э. Мане, К. Мане, О. Ренуар, Э. Дега, К. Писсаро. Неоимпрессионизм. Постимпрессионизм, его эстетические принципы и представители в живописи.

Основные стилевые течения в музыке: от романтизма к импрессионизму

Тема 2.3. Искусство и литература 1 половины XX столетия

Проблема преемственности художественных традиций предшествующих эпох, их осмысления, усвоения и развития в XX веке. Классика и современность.

Искусство модернизма как художественное выражение социокультурных сдвигов в обществе. Поиски новых средств художественной выразительности в живописи: экспрессионизм, фовизм, кубизм, футуризм, абстракционизм, сюрреализм.

Новые принципы организации художественного материала в литературе модернизма: Ф. Кафка, Дж. Джойс, Т. Элиот, М. Пруст, П. Валери. Сюрреалистические тенденции в творчестве А. Бретона, Л. Арагона, П. Элюара. Стил модерн в архитектуре.

Литература потерянного поколения. Творчество Э. Хемингуэя. Романтическая традиция в творчестве Сент-Экзюпери. Экзистенциализм. Творчество Ж.-П. Сартра и А. Камю. Американская литература: У. Фолкнер, Ф.С. Фицджеральд. Процесс становления «элитарной» и «массовой» литературы.

Тема 2.4. Искусство и литература 2-ой половины XX века

Своеобразие художественного и литературного процессов во второй половине XX: сосуществование и противостояние различных общественно-политических укладов, «постиндустриальное общество» и господство средств массовой коммуникации, активизация межлитературных связей и унификация читательских вкусов.

Тенденции культурной универсализации в мировом современном процессе. Межкультурные коммуникации как основа диалога культур.

Мировой литературный процесс: интеграционные процессы в национальных литературах разных стран, стилевые тенденции, жанровые поиски. Творчество Г. Грина, У. Голдинга, А. Мердок, Г. Белля. Расширение географии мирового литературного процесса: литературы стран Азии (К. Ясунари, К. Абэ), Латинской Америки (феномен латиноамериканского романа: Г.Г. Маркес, Ж. Амаду, Х.Л. Борхес, Х. Кортасар), Африки (Кутзее). Проблема Запада и Востока в литературе. Творчество Дж. Сэлинджера.

Тенденции авторитаризма и тоталитаризма в культуре XX века. Антиутопия как реакция на разрушение гражданского общества и превращение человека в механический придаток государства. Роман – антиутопия: Дж. Оруэлл, О. Хаксли.

Типология «нового романа»: Н. Саррот, Роб-Грийе. Мифологический роман. К. Вольф «Медая», П. Зюскинд «Парфюмер».

«Театр абсурда»: пьесы С. Беккета и Э. Ионеско.

Театр второй половины XX века: драматургия Т. Уильямса, Д. Осборна, Д. Стоппарда.

Постмодернизм как комплекс философских, научно-теоретических и эмоционально-эстетических представлений, формирующихся на протяжении второй половины XX века. Понятия «интертекстуальности», «мира как текста», «авторской маски», «кризиса авторитетов», «метарассказа». Творчество У. Эко, Х.Л. Борхеса, Дж. Барта, Дж. Фаулза, Х. Кортасара.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1	Зарубежная литература и искусство: Античность, Средневековье, Возрождение	
Тема 1.1	Литература и искусство как формы познания действительности.	Устные ответы на вопросы

Тема 1.2	Искусство и литература античности.	Написание доклада, ответов на вопросы теста
Тема 1.3	Искусство и литература европейского средневековья	Написание эссе
Тема 1.4	Искусство и литература эпохи Возрождения.	Устные ответы на вопросы
Тема 1.5	Искусство и литература Северного Возрождения.	Устные ответы на вопросы
Раздел 2	Зарубежная литература и искусство: Новое и Новейшее время	
Тема 2.1	Искусство и литература XVII - XVIII веков	Устные ответы на вопросы
Тема 2.2	Искусство и литература XIX века	Устные ответы на вопросы
Тема 2.3	Искусство и литература 1 половины XX века.	Написание доклада
Тема 2.4	Искусство и литература 2 половины XX века	Написание доклада

Форма промежуточной аттестации: **зачет**.

4. Основная литература

1. Осьмухина, О. Ю. От античности к XIX столетию. История зарубежной литературы [Электронный ресурс]: учеб. пособие / О. Ю. Осьмухина, Е. А. Казеева. - Электрон. дан. - Москва: Флинта, 2010. – 318 с. – Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=69145>, требуется авторизация. - Загл. с экрана.
2. Руднев, В.Н. Эстетика. История мировой литературы и искусства [Электронный ресурс]: учебное пособие / В. Н. Руднев. - Электрон. дан. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 362 с. – Доступ из Унив.б-ки ONLINE. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363409>, требуется авторизация. - Загл. с экрана.

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

РИТОРИКА В СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ (Б1.В.ДВ.4.1)

Краткое наименование – Риторика в СО

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор – составитель:

к. филол. наук, доцент Л.О. Зимина

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

ПК-6 - способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

2. План курса:

Раздел 1. Общая риторика: категории, законы, понятия

Тема 1.1. Базовые категории риторики

Общая риторика — фундаментальное учение о речи, наука об эффективной, убедительной, правильной и выразительной речи. Речь как инструмент управления обществом и общественными процессами. Риторика как наука об общественной речи. Особенности PR-коммуникации: публичный характер, разнообразие дискурсов и стилей, письменная и устная формы речи.

Речевая ситуация как динамическая система взаимоотношений участников общения. Компоненты речевой ситуации: мотив, цель и уровни общения. Понятие социальной и коммуникативной ролей. Особенности речевого взаимодействия и проблемы речевой культуры в современном обществе.

Понятие дискурса, особенности политического дискурса. Речевой акт как единица дискурса.

Понятия коммуникативной грамотности и коммуникативной неудачи. Коммуникативные барьеры и способы их преодоления.

Этос, пафос и логос как основные категории риторики.

Эффективная речевая коммуникация как условие профессиональной компетенции специалиста по рекламе и связям с общественностью.

Тема 1.2. Понятие речи: типология и риторическая модель

Соотношение понятий «речь», «текст», «общение», «коммуникация», «язык». Виды речи и роды красноречия: исторический и синхронический аспекты изучения.

Понятие риторического канона: инвенция, диспозиция, элокуция, запоминание, произнесение.

Классические части композиции речи: вступление, описание, повествование, доказательство, опровержение, заключение.

Этапы создания текста как реализация коммуникативного намерения говорящего: замысел речи, вербализация и структуризация высказывания, его озвучивание (говорение) или запись (письмо), оценка речи. Понятие внутренней и внешней речи.

Определение темы и замысла высказывания. Общая и конкретная цели

речи. Правила формулирования тезиса речи и способы его деления.

Топос как способ формирования мысли. Виды топосов и сфера их применения в различных жанровых модификациях речи.

Речь как структурно-смысловое единство: основные компоненты речи, их функции и содержательные особенности, средства логической связи. Составление и редактирование речи.

Построение завершеного высказывания в соответствии с его коммуникативной целесообразностью, содержательным единством и смысловой завершенностью.

Тема 1.3. Аргументирующая речь: доказательство и убеждение

Аргументирующая речь и ее место в речевой практике журналиста. Разновидности аргументирующей речи: доказательная, объяснительная, убеждающая, призывающая и т.д.

Структура доказательства: тезис, аргументы, демонстрация. Доказательство как совокупность приемов обоснования истинности тезиса. Виды доказательства: прямое и косвенное.

Типология аргументов: логические (рациональные, «к делу»), психологические («к человеку»), иллюстративные (образные). Единство логических и психологических аргументов как условие убеждающей речи. Сущность убеждения как риторической формы речи.

Способы создания системы аргументов: отбор, группировка, расположение в структуре речи. Логическая и риторическая аргументация. Ошибки и уловки аргументации и способы их разоблачения.

Правила демонстрации и виды рассуждений: индуктивный, дедуктивный, рассуждение по аналогии, причинно-следственное. Ошибки и уловки демонстрации.

Внушение как способ воздействия на эмоционально-чувственную сферу слушателей. Соотношение доказательства и внушения. Практические приемы убеждения.

Тема 1.4. Язык и стиль публичного выступления

Общее и различное в природе устной и письменной речи: лексические и синтаксические особенности. Специфика порождения устных и письменных высказываний и механизмы, обеспечивающие процесс их создания (механизмы репродукции, выбора и комбинирования языковых средств, упреждения, антиципации, дискурсивности).

Стили русского языка, сфера их применения в общественной деятельности.

Коммуникативные качества речи как категории риторики. Выбор слова и выбор стиля в соответствии с требованиями правильности, ясности, уместности и целесообразности.

Понятность, точность и ясность как важнейшие свойства речи. Виды точности: фактическая, предметная, понятийная, образная.

Логичность речи, типичные логические ошибки и способы их устранения. Логика изложения и законы организации текста.

Эмоциональность и выразительность речи как необходимое условие ее эффективности. Типы выразительности (содержательная, структурная,

интонационная, эмоциональная) и формы их проявления.

Изобразительно-выразительные средства языка: лексические (тропы, пословицы, поговорки, цитаты), синтаксические (фигуры речи).

Разнообразие и богатство лексики как требование к формированию индивидуального стиля личности.

Тема 1.5. Исполнение речи и культура общения

Понятие риторического идеала и образ оратора: нравственная позиция, внешний облик, манера поведения.

Параметры произношения и требования к нему: артикуляция, паузация, интонация, логические ударения, ритм и темп, тембр речи, сила голоса.

Голосовые и кинетические средства воздействия на аудиторию: жесты, мимика, интонация. Типы русских интонационных конструкций. Выбор интонационного тона в соответствии с характером речевой ситуации. Разновидности интонационных стилей. Требования к качеству голоса : благозвучность, гибкость, выносливость, широкий диапазон, суггестивность.

Понятие речевого этикета: национальный характер, принципы и функции. Соблюдение этикета как условие эффективного речевого общения. Маркеры речевой агрессии. Риторика и этика.

Фактор адресата: принципы коммуникативного сотрудничества и формы их проявления. Средства создания контакта с аудиторией и способы диалогизации речи. Основные приемы управления вниманием аудитории.

Невербальные средства усиления коммуникативной позиции оратора.

Раздел 2. PR-коммуникация: особенности дискурса и речевые жанры

Тема 2.1. Риторические особенности деловой коммуникации

Официально-деловой стиль и его основные черты: лексика, грамматика, синтаксис. Стилистическая окраска слова и лексические нормы делового стиля. Стилиевая природа и отличительные признаки устной деловой речи.

Речевой этикет в деловом общении: функции, этикетные формулы, система обращений.

Жанры делового общения (письменного и устного).

Жанры коллегиального общения (совещания, заседания, круглые столы, переговоры), требования к языку протокола. Пресс-релиз.

Презентация как разновидность публичной речи: основные композиционные части, принципы изложения информации, способы диалогизации и активизации внимания слушателей. Рекламная речь.

Виды протокольно – этикетных выступлений: приветственная речь, вступительное слово, поздравительная речь, ответное слово, заключительное слово. Особенности протокольно – этикетных выступлений, основные требования и правила подготовки к ним.

Тема 2.2. Риторические особенности политического дискурса

Политика как сфера активной риторической деятельности и повышенной речевой ответственности говорящего. Власть как «право на речь». Речевая роль и речевое поведение социального лидера. Речевые стратегии лидерства.

Публичный характер политической речи. Современная русская

парламентская речь и ее жанровые разновидности (официальный депутатский запрос, реплика, информация, вопрос, дискуссионное выступление, дебаты). Культура парламентской речи.

Состязательный характер политической риторики. Особенности словоупотребления в политической дискурсе. Соблюдение требований аргументированности, ясности, логичности, выразительности как условие эффективности выступления.

Публицистический стиль и его лексические, грамматические и синтаксические особенности.

Средства выразительности и приемы речевого воздействия в PR-коммуникации. Виды политических метафор. Мифы, символы, идеологемы, ярлыки: их место и функции в политической речи.

Тема 2.3. Полемический дискурс: сущность, виды и правила поведения

Сущность полемики и разновидности полемического дискурса: спор, дискуссия, дебаты, диспут, прения, обсуждение. Их роль и функции в сфере массовой информации.

Цели, формы и правила полемического общения. Культура дискуссии. Требования к поведению оппонентов. Публичная полемика и личный спор как разновидности полемического дискурса.

Причины и ситуации спора. Ведение спора. Полемические приемы и стратегии. Корректная формулировка вопросов, их виды и функции. Типы ответов. Виды замечаний.

Позволительные и непозволительные уловки в споре. Запрещенные приемы спора и их нейтрализация. Средства речевого воздействия на аудиторию.

Речевое поведение ведущего: функции, задачи, правила. Приемы активизации участников дискуссии, способы регламентации их выступлений и управления ходом обсуждения проблемы. Стилистические особенности полемического дискурса.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1.	Общая риторика: категории, законы, понятия	
Тема 1.1.	Базовые категории риторики	Устные ответы на вопросы
Тема 1.2.	Понятие речи: типология и риторическая модель	Подготовка устного доклада
Тема 1.3.	Аргументирующая речь: доказательство и убеждение	Устные ответы на вопросы
Тема 1.4.	Язык и стиль публичного	Подготовка устного доклада

	выступления	
Тема 1.5.	Исполнение речи и культура общения	Участие в дискуссии
Раздел 2.	PR-коммуникация: особенности дискурса и речевые жанры	
Тема 2.1.	Риторические особенности деловой коммуникации	Устные ответы на вопросы
Тема 2.2.	Риторические особенности политического дискурса	Подготовка устного доклада
Тема 2.3.	Полемический дискурс: сущность, виды и правила поведения	Подготовка контрольной работы

Форма промежуточной аттестации: **зачет**.

4. Основная литература

1. Александров, Д. Н. Риторика, или Русское красноречие [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Д. Н. Александров. - Электрон. дан. – Москва : Юнити-Дана, 2015. - 351 с. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117682>, требуется авторизация (дата обращения : 3.08.2016). - Загл. с экрана. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/52559>, требуется авторизация (дата обращения : 11.08.2016). - Загл. с экрана.
2. Будильцева, М. Б. Основы риторики и коммуникации. Нормативный и коммуникативный аспекты современной риторики [Электронный ресурс] : учеб. пособие / М. Б. Будильцева, И. Ю. Варламова, И. А. Пугачёв. - Электрон. дан. - Москва : Российский университет дружбы народов, 2013. - 118 с. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/22232>, требуется авторизация (дата обращения : 3.08.2016). - Загл. с экрана.