

## Направление “РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ”

### Аннотации к дисциплинам

#### **Б1.О.01 Иностранный язык**

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

**Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

Дисциплина связана со всеми дисциплинами профессионального цикла.

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

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

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

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 612; Кредиты – 17;

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

#### **Б1.О.02 История России**

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

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

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

**Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

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

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

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

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

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

Форма контроля – экзамен.

### **Б1.О.03 Экономика**

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

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

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

**Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

Дисциплина связана с дисциплинами “Экономика и политика переходного периода”, “Основы менеджмента”, “Основы маркетинга”.

**Требования к исходным уровням знаний и умений студентов:**

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

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

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

Форма контроля – экзамен.

### **Б1.О.04 Социология**

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

**Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

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

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

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

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

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

Форма контроля – зачет.

### **Б1.О.05 Философия**

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

#### **Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

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

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

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

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

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

Форма контроля – экзамен.

### **Б1.О.06 Математика и информатика**

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

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

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

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

применения глобальных вычислительных сетей в рекламе.

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

**Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

Дисциплина связана с дисциплинами “Основы маркетинга”, “Маркетинговые исследования и ситуационный анализ”, “Современные информационные технологии в рекламе и СО”, “Основы информационной безопасности”, “Современные технологии рекламы и СО”.

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

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

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

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 324; Кредиты – 9;  
Курс рассчитан на 2 семестра; Форма контроля – зачет, зачет.

**Б1.О.07 Основы теории коммуникаций**

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

**Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

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

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

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

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

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

**Б1.О.08 Психология рекламной деятельности**

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

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

психологические особенности создания профессиональной рекламы.

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

#### **Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

Дисциплина «Психология рекламной деятельности» является одной из основополагающих дисциплин, формирующих навыки понимания психологических аспектов развития рекламных процессов.

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

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

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

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

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

### **Б1.О.09 Теория и практика массовой информации**

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

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

#### **Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

Полученные знания, умения и навыки в процессе изучения дисциплины «Теория и практика массовой информации» могут быть использованы студентами в процессе освоения дисциплин «Работа пресс-служба».

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

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

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

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

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

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

### **Б1.О.10 Основы интегрированных коммуникаций рекламы и СО**

Дисциплина «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)» читается на 3 курсе и направлена на формирование у студентов

целостного представления о профессиональной деятельности специалиста в сфере коммуникаций, обеспечивающего успешность организации в коммуникационном пространстве. А именно, знания, полученные в процессе освоения данной дисциплины, позволяют показать, место и роль рекламы, связей с общественностью в интегрированных коммуникациях.

Целями освоения учебной дисциплины являются: дать возможность студентам освоить основные теоретические положения, а также приобрести практические навыки в области рекламы и связей с общественностью как составных частей интегрированных коммуникаций; показать особенности работы специалистов рекламы и связей с общественностью в государственных, социальных, политических структурах, понимать специфику связей с общественностью в международной сфере, с местным сообществом, с представителями средств массовой информации; создать условия для освоения основных принципов комплекса коммуникативных технологий.

#### **Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

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

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

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

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

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 252; Кредиты –7;  
Курс рассчитан на два семестра. Форма контроля – экзамен, экзамен.

### **Б1.О.11 Основы менеджмента**

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

#### **Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

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

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

знать основы управленческой организационной и маркетинговой деятельности; уметь использовать приемы и методы научно-исследовательского анализа и ситуационного менеджмента, самостоятельно формулировать миссию предприятия и ставить

обоснованные стратегические и тактические цели; владеть научным представлением об управлении, имеющим конкретное практическое содержание.

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

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

Форма контроля – экзамен.

**Б1.О.12 Основы маркетинга**

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

**Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

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

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

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

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

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

Форма контроля – экзамен.

**Б1.О.13 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью**

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

**Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

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

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

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

Форма контроля – экзамен.

**Б1.О.14 Маркетинговые исследования и ситуационный анализ**

Дисциплина включена в базовую часть профессионального цикла. Формирование

рыночных экономических отношений требует подготовки квалифицированных специалистов, обладающих новыми знаниями и умениями, владеющих современным аппаратом для решения принципиально новых задач.

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

Важное значение при изучении курса уделяется изучению таких тем курса как структура и тенденции международного и армянского рынка услуг в сфере связей с общественностью; методов тарификации; методов стимулирования сбыта на рынке услуг;; определению факторов ценообразования на рынке услуг; анализу деятельности ведущих агентств в области связей с общественностью в Армении и за рубежом; анализу источников информации о рынке связей с общественностью: мониторинг профессиональной периодики, системы Интернет, форумы, выставки, семинары.

#### **Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

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

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

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

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

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

### **Б1.О.15 Социологические исследования в рекламе и СО**

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

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

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

#### **Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

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

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



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

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

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

**Б1.О.16 Безопасность жизнедеятельности**

Безопасность жизнедеятельности изучает общие опасности, угрожающие каждому человеку, и разрабатывает способы защиты от них в любых условиях. В рамках предлагаемого курса будет дан информационный материал и описаны правила поведения и действия в экстремальных ситуациях аварийного и криминогенного характера.

**Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

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

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

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

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

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

**Б1.О.18 Рекламные средства и их применение**

Предмет «Рекламные средства и их применение» изучает широкий круг различных возможностей и целей передачи рекламного обращения от рекламодателя к потребителю. Существует множество определений рекламного средства. Средство рекламы – различные средства, которые можно использовать для донесения рекламной информации до целевой аудитории (печатные, вещательные, электронные, наружные и т.д.) Рекламное средство – это способ представления рекламы с помощью какого-либо носителя или раздражителя для передачи информации в определенной форме и виде, т.е. способ выражения рекламного сообщения (содержания и формы) в техническом носителе. Предмет изучает полный перечень инструментов современной рекламы, включающих их назначение, характеристики, условия применения, подробные описания, изображения, примеры.

Предназначение курса – предоставить студенту возможность четко идентифицировать средства рекламы и их функции, а также быстро разобраться в структуре, особенностях и методах использования рекламных инструментов.

**Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

Дисциплина будет преподаваться во взаимосвязи с такими дисциплинами как “История возникновения и развития рекламы”, “Психология рекламной деятельности”, «Основы маркетинга», “Разработка и технология производства рекламного продукта”.

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

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

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

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

Форма контроля – зачет.

### **Б1.О.19 Искусство и литература**

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

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

#### **Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

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

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

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

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

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 540; Кредиты – 15;

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

### **Б1.О.20 Современные информационные технологии в рекламе и PR**

Программа интегрирует в себе теоретический и практический подходы к обучению таким образом, чтобы полученные знания и навыки позволяли студентам направления планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия по продвижению продукта/проекта/предприятия, использовать современные системные программные средства и технологии для проектирования web-ресурсов с целью повышения их коммуникативной эффективности, разрабатывать и управлять интернет-проектами на основе экономических результатов текущей деятельности организации и данных веб-аналитики, проектировать, модернизировать и продвигать сайты с учетом поисковой оптимизации.

#### **Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

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

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

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

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

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

Форма контроля – экзамен.

#### **Б1.О.21 Разработка и технологии производства рекламного продукта**

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

#### **Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

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

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

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

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

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

Форма контроля – экзамен.

#### **Б1.О.22 История возникновения и развития рекламы**

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

Таким образом, реклама, будучи сложным экономическим и социальным явлением общественной жизни людей, сочетает в себе обширные знания многих областей науки и искусства, что отражено на всем историческом пути ее развития, и именно поэтому

подготовка рекламоведа высшей квалификации должна включать в себя широкий спектр знаний по истории рекламы.

**Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

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

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

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

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

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 252; Кредиты – 7;  
Курс рассчитан на два семестра. Форма контроля – экзамен, экзамен.

**Б1.О.23 Реклама и СО в современном мире (на ин.яз.)**

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

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

**Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

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

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

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

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

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 252; Кредиты – 7;  
Курс рассчитан на два семестра. Форма контроля – зачет, зачет.

**Б1.О.24 Реклама и СО в политике и технологии управления общественным мнением**

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

Достижение обозначенной цели подразумевает решение следующих задач:

- формирование у студентов понятия общественного мнения как социального института;
- осмысление важности изучения общественного мнения;
- изучение истории вопроса общественного мнения;

- изучение механизма формирования общественного мнения;
- понимание роли менеджмента общественным мнением в сфере PR;
- изучение способов и технологий управления мнением общества.

Курс основан на российских теоретических материалах по политической рекламе с активным привлечением опыта армянских современных избирательных кампаний всех уровней.

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

#### **Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

Дисциплина взаимосвязана с дисциплинами “Государственное регулирование рекламной деятельности”.

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

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

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

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

### **Б1.О.25 Физическая культура**

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

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

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

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

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

### **Б1.О.26 Государственное регулирование рекламной деятельности**

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

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь применять хозяйственно-правовые нормы при подготовке предложений руководителям для принятия управленческих решений в экономической, производственной и социальной сферах; юридически грамотно квалифицировать факты и обстоятельства экономической деятельности; применять необходимые меры по защите нарушенных прав и законных интересов субъектов предпринимательской деятельности; составлять документы хозяйственно-правового характера, а также владеть навыками работы с литературой и нормативными актами в области различных отраслей права; терминологией и основными понятиями, используемыми в правоведении.

#### **Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

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

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

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

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

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

#### **Б1.О.27 Искусство ведения бизнеса**

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

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

#### **Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

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

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

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

#### **Б1.О.28 Современные аспекты политологии**

Целью преподавания дисциплины "Современные аспекты политология" является формирование у студентов комплексного представления о закономерностях развития

политической сферы общества, современных политических институтах, их устройстве и функционировании; типах, формах и динамике политического процесса, его субъектах; содержании и путях формирования политической культуры, многообразных идейно-политических концепциях современности; о мотивах политического поведения личности, различных социальных групп, классов, наций, народов и государств, а также политико-правовом положении личности в обществе, способах и формах ее участия в политической жизни. Усвоение знаний о политике и политических процессах, приобщение студентов к основам демократической политической культуры, их подготовка к участию в становлении новой политической системы может внести весомый вклад в ослабление социальных, этнических, религиозных конфликтов, в создание на основе гражданского согласия политической и экономической стабильности в обществе.

Задачи изучения дисциплины:

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

**Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

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

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

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

Форма контроля – зачет.

### **Б1.В.01 Digital маркетинг**

Дисциплина “Digital маркетинг” направлена на формирование знаний в сфере цифрового маркетинга. В рамках дисциплины студенты ознакомятся с современными концепциями и направлениями digital маркетинга, овладеют навыками и компетенциями по разработке стратегий цифрового маркетинга. Ознакомление с основными концепциями маркетинга, методами и алгоритмами маркетинговой деятельности в глобальной сети даст студентам возможность применить наиболее актуальные и действенные методы.

**Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

Дисциплина взаимосвязана с такими дисциплинами как “Маркетинг”, “Современные технологии рекламы и PR”

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

Знания основных концепций маркетинга, инструментов маркетинга

Владение навыками анализа и систематизирования маркетинговой информации

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

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

Форма контроля – зачет.

**Б1.В.02 Основы информационной безопасности**

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

**Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

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

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

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

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

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

Форма контроля – зачет.

**Б1.В.03 Русский язык профессионального общения**

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

**Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

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

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

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

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



Трудоемкость дисциплины в академических часах – 252; Кредиты – 7;  
Курс рассчитан на два семестра. Форма контроля – зачет, зачет.

#### **Б1.В.04 Армянский язык профессионального общения**

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

##### **Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

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

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

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

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

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 252; Кредиты – 7;  
Курс рассчитан на два семестра. Форма контроля – зачет, зачет.

#### **Б1.В.05 Элективные курсы по физической культуре**

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

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

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

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

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

#### **Б1.В.07 История Армении**

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

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

**Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

Связана с дисциплиной «История армянской культуры».

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

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

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

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

Форма контроля – экзамен.

**Б1.В.08 Основы делового общения**

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

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

**Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

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

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

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

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

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

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

Форма контроля – зачет.

**Б1.В.09 Теория и практика брендинга**

Учебная дисциплина «Теория и практика брендинга» предполагает изучение эффективной системы продвижения товаров, решение широкого круга задач, которые позволяют улучшить уровень обслуживания потребителей, повышение качества товара, формирование позитивного образа компании и многое другое. Одним из элементов системы взаимоотношений «производитель-потребитель» является торговая марка. Управление торговой маркой на всех стадиях ее жизненного цикла – одна из наиболее важных составляющих деятельности современных компаний. Только эффективное

управление торговой маркой может принести ей известность и приверженность покупателей. Рост внимания к проблеме создания и управления торговыми марками со стороны армянских предпринимателей определяется тем, что известные марки становятся необходимым условием устойчивого положения товара и производителя на рынке, фактором их конкурентоспособности.

В рамках учебной дисциплины рассматриваются наиболее интересные примеры и новые концепции создания и достижения торговой маркой высокого уровня известности. Управление торговой маркой на всех стадиях ее жизненного цикла – одна из главных проблем, которая изучается в предлагаемом курсе. Практикумы, предусмотренные в ходе занятий, предполагают изучение и отработку на материалах реальных рекламных и PR-кампаний новых подходов и концепций управления портфелями мультимарок, процессом формирования международных и глобальных брендов. При этом делается акцент на важности стоимостных показателей бренда, которые говорят о жизнеспособности компании, владеющей брендом.

#### **Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

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

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

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

Форма контроля – экзамен.

### **Дисциплины по выбору**

#### **Б1.В.ДВ.01.01 Искусство презентации**

Дисциплина «Искусство презентации» способствует формированию у студентов представления, как коммуницировать с клиентами, как презентовать идею или проект, и как создавать продающие слайды.

Цель курса – дать студентам базовый комплекс знаний и умений, необходимый для работы в сфере рекламной коммуникации. Программа также поможет студентам презентабельно представлять свои курсовые и дипломные работы. По итогу курса студенты получают арсенал знаний об инструментах для создания презентаций, например “Power Point”, сформируется представление о сторителлинге, о создании и обработке текстов и речи во время презентации, а также умение логически строить устную и письменную речь.

#### **Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

Дисциплина основывается на навыках и знаниях смежных дисциплин, таких как «Современные технологии рекламы и PR», “Мастерство копирайтинга и особенности рекламных текстов на армянском языке”.

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

Умение работать с «Power Point», владение коммуникационными навыками, приемами убеждения

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

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

Форма контроля – зачет.

### **Б1.В.ДВ.01.02 Коммуникации в кризисных ситуациях**

Целью дисциплины является формирование и развитие у обучающихся компетенций антикризисного управления и понимание методологии пиара в ситуации кризиса.

Задачами освоения дисциплины являются индоктринация знаний по антикризисному управлению и пиар-технологиям в антикризисном управлении и развитие умений диагностировать и прогнозировать различного рода кризисные ситуации в организациях; принимать стратегические решения по предупреждению кризисных ситуаций в организациях; разрабатывать программы по финансовому оздоровлению организаций и преодолению кризисных ситуаций; умений разрешать конфликты и преодолевать сопротивление персонала при проведении изменений.

#### **Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

Учебная дисциплина «Коммуникации в кризисной ситуации» входит в вариативную часть программы. Основная цель изучения данной дисциплины — получение теоретических знаний и выработка практических навыков в решении кризисных ситуаций средствами и инструментами Public Relations, а именно: диагностики банкротства, управления предприятием в кризисной ситуации, управления рисками, стратегии и тактики антикризисного управления.

Курс связан с дисциплинами других модулей, например «История возникновения и развития рекламы и связей с общественностью» (слушатель должен иметь четкое представление о современном состоянии отрасли PR, основываясь на умении оценивать современные тенденции развития отрасли, ориентируясь в этом вопросе на результаты анализа причинно-следственных связей в таковой); с дисциплинами «Основы теории коммуникации», «Теория и практика массовой информации» (слушатель должен обладать необходимым минимумом знаний о структуре информационного поля в рамках заданной локации (города, региона, страны) или отдельной организации, знать основные компоненты PR-деятельности и уметь

оценивать их потенциал, исходя из заданной маркетинговой ситуации – в контексте курса, критической).

Базируясь также на материале курсов «Основы маркетинга», «Основы менеджмента», курс «Коммуникации в кризисной ситуации» призван способствовать формированию навыков оперативного принятия решений, относящихся к сфере коммуникаций компании

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

Уровень начальной подготовки обучающегося для успешного освоения дисциплины «Коммуникации в кризисной ситуации»:

**иметь** четкое представление о формах, методах и задачах PR-деятельности на предприятии;

**знать** основные направления PR-деятельности, знать необходимую профессиональную терминологию;

**уметь** оценивать рыночную ситуацию, обладать начальными навыками экономического анализа и прогнозирования.

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

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

Форма контроля – зачет.

### **Б1.В.ДВ.01.03 Разработка и технология производства коммуникационного продукта**

Основной целью данного курса является формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки творческой концепции коммуникационного продукта, содержания рекламных сообщений, включая их текстовую и иллюстративную составляющие, а также его художественного воплощения (дизайн, режиссура производства и т.д.). Кроме того, ставится целью научить студентов оценивать художественную ценность и социально-психологическое воздействие рекламы, ее маркетинговую, коммуникативную и экономическую эффективность.

Задачи курса:

1. Ознакомить студентов с ролью и функциями дизайнеров, крейтеров, копирайтеров в рекламных агентствах и рекламных службах предприятий и организаций.
2. Сформировать представления об этапах, принципах и методах создания рекламного продукта в целом и его наиболее важных составных частях и видах.
3. Дать студентам знания и сформировать базовые навыки разработки концепций рекламного обращения для создания рекламных сообщений.
4. Ознакомить с инвентарем средств коммуникативного воздействия, используемых в рекламе, и привить базовые навыки использования этих средств при создании рекламного продукта.
5. Ознакомить студентов с принципами и методами художественного оформления рекламного продукта, приемами художественного дизайна и редактирования.
6. Научить основным подходам к творческому производству и технологии разработки рекламного продукта, в том числе в печатных и электронных средствах массовой информации.
7. Вооружить студентов методиками тестирования и экспертной оценки рекламного продукта для определения его эффективности и соответствия правовым и этическим нормам

#### **Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

Курс «Разработка и технологии производства коммуникативного продукта» входит в вариативную часть учебного плана 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и опирается на знания, умения и навыки, получаемые в дисциплинах: «Возникновение и развитие текламы и СО», «Теория и практика массовой информации», «Основы маркетинга», «Основы менеджмента», «Основы теории коммуникации» и др., выполняя отчасти интегрирующую функцию в ряду этих учебных дисциплин, а также помогая студентам реализовывать процесс их конкретно - практической деятельности, осмыслять ее результаты.

Место дисциплины «Разработка и технологии производства коммуникативного продукта» в учебном процессе определяется также тем, что он призван формировать конкретно-практические навыки, основанные на знаниях, полученных в рамках других дисциплин профессионального цикла, изучаемых студентами в вузе, подготавливая выпускника к профессиональной деятельности.

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

Уровень начальной подготовки обучающегося для успешного освоения дисциплины:

- знать особенности разработки и технологий производства рекламных продуктов, специфику средств современной рекламы и связей с общественностью, основы рекламно-маркетингового анализа;
- уметь создавать уникальное торговое предложение различными средствами рекламы, паблик рилейшнз;
- владеть навыками разработки рекламной стратегии с учетом современных

достижений в сфере медиапланирования и рекламных технологий.

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

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

Форма контроля – зачет.

**Б1.В.ДВ.01.04 Роль лидера и социальные взаимодействия людей в командной работе**

**Цель:** Сформировать системное и целостное представление о механизмах налаживания и поддержания социально-психологических отношений в командной работе, способность осуществлять социальное взаимодействие, выполнять определенную роль в команде.

**Задачи:** - сформировать представление о специфике и закономерностях эффективного социально - психологического взаимодействия в группе и командной работе, - ознакомить с факторами, влияющими на эффективность командной и групповой работы; - развить практические умения межличностных и межгрупповых отношений; - приобрести опыт социально-психологического анализа ситуаций социального поведения, общения и взаимодействия, принятия индивидуальных и групповых решений; - способствовать повышению социальной компетентности, умению успешно включаться в любые социальные группы, вести переговоры; - сформировать способность к межличностному взаимодействию в различных межкультурных средах; - развить стремление и умение к бесконфликтному взаимодействию, направленному на реализацию производственных задач, учитывая особенности поведения и интересы других членов команды

**Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

При изучении данной дисциплины наполняется содержанием и осваивается технология создания коммуникативных актов, направленных на профессиональную деятельность, создание проектов, подготовка документации. Курс «Роль лидера и социальные взаимодействия людей в командной работе» способствует повышению профессиональной культуры студентов.

Дисциплина нацелена прежде всего на повышение уровня практического владения профессиональной терминологией, умения работать в коллективе.

Данный курс закладывает основы для изучения следующих дисциплин: «Основы теории коммуникации», «Психология рекламной деятельности», «Коммуникации в кризисной ситуации».

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

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

Форма контроля – зачет.

**Б1.В.ДВ.01.05 Управление продажами (на английском языке)**

This intensive Sales Management course will prepare you for the role of a sales manager in leading local and international companies, by exploring the characteristics of exceptional sales managers. You will study different sales techniques and strategies in various examples. Analyze in detail the selling process from A to Z and go through all the common mistakes that sales managers do.

After the compilation of the course, you will be acquainted with the tools and technologies of personal selling. This program will set the ground for future personal development and professional career.

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

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

Форма контроля – зачет

### **Б1.В.ДВ.01.06 Управление продажами (на русском языке)**

Дисциплина "Управления продажами" способствует формированию у студентов знаний и навыков в сфере продаж. Дисциплина направлена на освоение техник и стратегий продаж в различных сферах, а также на анализ процесса продаж и рассмотрение наиболее распространенных ошибок в рамках данного процесса.

#### **Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

Лекции и практические занятия строятся с опорой на дисциплины "Психология рекламной деятельности", "Бренд-менеджмент" и "Искусство презентации".

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

Знания по психологии рекламы и воздействия

Владение коммуникативными навыками

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

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

Форма контроля – зачет

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

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

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

#### **Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

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

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

Базовой основой для изучения курса являются дисциплины, освоенные студентами на ранних курсах такие как: «Основы маркетинга», «Социология», «Работа с текстами в

рекламе и СО», «Армянского языка профессионального общения», «Русский язык профессионального общения», «Стилистика и литературное редактирование».

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

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 144; Кредиты – 4

Форма контроля – зачет.

**Б1.В.ДВ.02.02 Маркетинговые проекты на армянском рынке**

Дисциплина «Маркетинговые проекты на армянском рынке» представляет из себя практическое применение теоретических основ маркетинга на конкретном рынке. Методы анализа рынка, его специфику, особенности. Определение важности маркетинга для организации. Разновидности применяемых тактик на рынке РА. Определение проекта, из чего он состоит. Изучение отраслей экономики РА, рассматривание методик и стратегий маркетинга, применяемых в отраслях. Инновации. Этические нормы и законодательные основы в РА по части маркетинга.

**Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

Дисциплина «Маркетинговые проекты на армянском рынке» тесно взаимосвязана как с общим курсом «Маркетинга», а также с дисциплиной «Экономика».

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

Для полного освоения курса дисциплины «Маркетинговые проекты на армянском рынке» студент должен владеть следующими основными знаниями, умениями и навыками:

- Иметь базовые знания о теории маркетинга;
- Владеть основными знаниями в экономической теории и понимать структуру работы рынка;
- Понимать структур и особенности маркетинговых компаний;
- Владеть навыками командной работы;
- Владеть навыками профессионального общения, соблюдая нормы и требования профессиональной этики;

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

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

Форма контроля – зачет.

**Б1.В.ДВ.03.01 Имиджелогия**

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

**Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

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

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



общественным мнением” и т.д.

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

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

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

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

Форма контроля – зачет.

### **Б1.В.ДВ.03.02 Бренд-менеджмент**

Актуальность и практическая значимость изучения учебной дисциплины «Бренд-менеджмент» определяются важностью разнообразных концепций, научных подходов и наработанных в международной практике технологий разработки и развития брендов, активно применяемых в компаниях и коммуникационных агентствах в качестве одного из ключевых направлений развития современного маркетинга и маркетинговых коммуникаций.

В рамках данной дисциплины изучаются следующие основные проблемы: современные концепции брендинга и бренд-менеджмента; стратегии брендинга; типы брендируемых объектов и типы брендов на различных иерархических уровнях; портфель брендов компании, архитектура и роли брендов; разработка платформы бренда и системы идентификаторов бренда; формирование капитала бренда и развитие бренда во времени; особенности брендинга на различных рынках; частные торговые марки как особый тип брендов, их конкуренция с брендами производителей; оценка капитала и стоимости бренда.

Целью дисциплины является формирование и развитие ключевых компетенций студентов в области управления брендами, т.е. выработка у студентов профессионального взгляда, знаний научной, практической направленности и базовых навыков по созданию и управлению брендами как важнейшими стратегическими нематериальными активами компаний. Это позволит студентам разрабатывать конкурентноспособные и охраноспособные торговые марки, определять их позиционирование и идентичность, управлять их развитием с учетом маркетинговых и бизнес-стратегий фирмы, а также формировать, проводить аудит и оптимизировать портфели брендов компаний.

#### **Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

Лекции и практические занятия строятся с опорой на такие дисциплины как «Основы брендинга» и «Корпоративная культура».

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

Знание основ брендинга; Коммуникационные навыки

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

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

Форма контроля – зачет.

### **Б1.В.ДВ.03.03 Основы медиапланирования в рекламе и СО**

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

информации при осуществлении рекламной и PR -деятельности компании.

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

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

#### **Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

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

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

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

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

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

Форма контроля – зачет.

### **Б1.В.ДВ.03.04 Event менеджмент**

Дисциплина способствует формированию и систематизации совокупности знаний, умений и практических навыков в отрасли организации и реализации событийных проектов (ивент-менеджмент), а также развитию предпринимательских качества в сфере событийных проектов.

В результате освоения дисциплины студенты будут знать: ключевые понятия, цели и задачи ивент-менеджмента; правила организации и базовые схемы реализации ивент-менеджмента; характерные ошибки, которых следует избегать в рамках ивент-менеджмента и будут уметь составлять и описывать модель проведения ивент-менеджмента; проводить аналитическую обработку разных видов информации по различным параметрам; подготавливать итоговые информационные материалы, а также осуществлять их редактирование.

Планируемые результаты обучения: использовать терминологию в области ивент-менеджмента; формировать цель и задачи мероприятия; формировать команду ивент-проекта и распределять обязанности внутри нее; составлять action-план ивент-проекта; формировать бюджет/проектно-сметную документацию проекта; формировать программу и тайминг ивента; применять передовые технологии в маркетинге, интертейнменте для создания качественного контента ивент-проектов; разрабатывать сценарный план ивент-проекта; формировать презентацию ивент-проекта

#### **Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

Дисциплина имеет межпредметные связи с дисциплинами “Брендменеджмент”. “Digital маркетинг”, “Корпоративная культура”.

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

Коммуникационные и организационные навыки

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

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

Форма контроля – зачет.

### **Б1.В.ДВ.03.05 Взаимодействие с государственными институтами и технологии лоббирования**

Цель изучения дисциплины – формирование у студентов углубленного и системного представления о механизмах взаимодействия с органами государственной власти и местного самоуправления по средствам технологии лоббирования в условиях социально-политических трансформаций современной российской системы управления, формирование компетентности в сфере работы с государственными институтами у потенциальных специалистов в сфере рекламы и связей с общественностью.

Задачи: 1. Изучить теоретические аспекты понятия «лоббирование» и выявить основные способы взаимодействия лоббирования с органами государственной власти; 2. Рассмотреть отдельные аспекты функционирования институтов публичной власти, как системное явление, с обоснованием сущностных компонентов системы государственного и муниципального управления; 3. Изучить способы возможного использования методов лоббирования в системе продвижения интересов коммерческих структур и обозначить тенденции развития данной тематики.

#### **Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

Дисциплина «Взаимодействие с государственными институтами и технологии лоббирования» входит в часть учебного плана ООП 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», формируемую участниками образовательных отношений. Теоретическую базу дисциплины «Взаимодействие с государственными институтами и технологии лоббирования» представляют следующие дисциплины: «Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности», «Психология рекламной деятельности», «Основы теории коммуникации», «Теория и практика брендинга».

Место дисциплины «Взаимодействие с государственными институтами и технологии лоббирования» в учебном процессе определяется также тем, что он призван формировать конкретно-практические навыки, основанные на знаниях, полученных в рамках других дисциплин профессионального цикла, изучаемых студентами в вузе, подготавливая выпускника к профессиональной деятельности.

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

Уровень начальной подготовки обучающегося для успешного освоения дисциплины:

- знать основы государственного регулирования рекламно-информационной деятельности, иметь представление о распределении экономических функций между государством и субъектами бизнеса;
- уметь анализировать состояние и основные результаты коммерческой деятельности компаний и фирм;
- владеть навыками установления коммуникаций в соответствующей сфере, включая федеральные и региональные СМИ.

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

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

Форма контроля – зачет.

### **Б1.В.ДВ.03.06 Технология аргументации в рекламе и СО**

Изучение дисциплины направлено на освоение методов исследования, в данном случае лингвистических, с помощью которых будущий специалист в области рекламы и связей с общественностью сможет лучше понимать язык и речь целевой аудитории, а также

создавать рекламные и PR-тексты на одном с целевой аудиторией языке, адекватнее интерпретировать содержание и смысл коммуникации.

Целью освоения дисциплины является изучение студентами основных положений теории и практики аргументации в рекламе и связях с общественностью, использование полученных знаний, умений и навыков при создании эффективных рекламных и PR-текстов.

Задачами освоения дисциплины являются:

- дать систематизированное описание основных положений теории аргументации;
- изучение специфических особенностей аргументации в рекламе и PR;
- получение знания о структуре логического доказательства;
- изучение сущности, коммуникативных стратегий, способов, типов и видов аргументации;
- выработка у студентов навыков построения механизма убеждения при рекламной и PR-аргументации;
- выработка у студентов навыков создания эффективного рекламного и PR-текста

#### **Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

Данная учебная дисциплина входит в учебном плане в часть, формируемую участниками образовательных отношений. Дисциплина является частью системы дисциплин, формирующих профессиональные компетенции.

Содержательно она закладывает основы знаний для последующего освоения дисциплин: «Разработка и технологии производства коммуникативного продукта «Технологии управления общественным мнением» и др. Эффективному изучению данной дисциплины предшествует освоение курсов: «Русский язык и культура речи», «Введение в профессию», «Язык и стиль рекламы».

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

Для успешного освоения дисциплины в качестве уровня начальной подготовки обучающийся должен:

- знать русский язык, основы обществознания и иные общеобразовательных дисциплины;
- иметь сформированное целостное представление о картине мира и собственную мировоззренческую позицию;
- умение самостоятельно мыслить, критически относиться к высказываниям других;
- анализировать явления общественной практики и возникающие в связи с ними социальные отношения; – способность выражать и отстаивать своё мнение.

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

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

Форма контроля – зачет.

#### **Б1.В.ДВ.03.07 Брендинг территорий**

Дисциплина «Брендинг территорий» направлена на формирование у бакалавров теоретических знаний в области брендинга территорий, формирование навыков и умений в применении маркетинговых инструментов позиционирования региона в конкуренции территорий. Цель дисциплины - получение знаний в области теории брендинга территорий, технологий создания, управления и продвижения территориальных брендов, а также их значение для экономики и социальной стабильности в регионе; формирование понимания специфики территориального брендинга как коммуникативной технологии, сопровождающей развитие территорий.

Задачи дисциплины:

- исследовать факторы, влияющие на формирование имиджа и бренда территорий,

брендинг территории в определенном сегменте;

- фокусировать знания о брендинге территорий, как инструменте решения задач их социально-экономического развития;
- рассмотреть механизмы информационного брендинга территорий; раскрытие основных понятий брендинга территорий: его сущности и видов территориальных брендов;
- понимание предпосылок возникновения территориальных брендов, их роли в конкурентной борьбе регионов за привлечение внешних ресурсов;
- овладение навыками разработки территориальных брендов с последующей оценкой эффективности деятельности;
- раскрыть комплекс средств территориального маркетинга в позиционировании и дифференциации территорий.

#### **Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

Данная учебная дисциплина входит в учебном плане в часть, формируемую участниками образовательных отношений. Дисциплина является частью системы дисциплин, формирующих профессиональные компетенции. Теоретическую базу дисциплины «Брендинг территорий» представляют следующие дисциплины: «Разработка и технологии производства коммуникативного продукта», «Основы теории коммуникации», «Основы маркетинга», «Теория и практика брендинга», «Основы менеджмента», «Психология рекламной деятельности», «Социология массовых коммуникаций».

Место дисциплины «Брендинг территорий» в учебном процессе определяется также тем, что курс призван формировать конкретно-практические навыки, основанные на знаниях, полученных в рамках других дисциплин, изучаемых студентами в вузе, подготавливая выпускника к профессиональной деятельности.

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

Для успешного освоения дисциплины «Брендинг территорий» в качестве уровня начальной подготовки обучающийся должен:

- знать об основных инструментах, системы идентификации и системы бренда; особенности управления брендом; инструменты и этапы разработки и механизмы внедрения бренда; знать основы комплекса маркетинга, управления поведением целевыми аудиториями;
- уметь анализировать мировые и российские образцы профессионального и эффективного брендинга; формулировать цели, задачи и основные принципы управления портфелем брендов;
- владеть: навыками разрабатывать модели брендов; навыками создания коммуникационной стратегии для продвижения брендов.

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

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

Форма контроля – экзамен.

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

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

#### **Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

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

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

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

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

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

Форма контроля – зачет.

### **Б1.В.ДВ.04.02 Основы графического дизайна**

Дисциплина направлена на формирование знаний и навыков в области компьютерной графики и дизайна. Основной задачей дисциплины является развитие навыков графической деятельности, художественных способностей, дизайнерского мышления и креативности. Данные задачи реализуются посредством приобретения теоретических знаний и практических навыков графического дизайна, освоения методов и принципов проектирования объектов графического дизайна, развития художественного и дизайнерского мышления.

### **Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

Дисциплина имеет межпредметную связь с такими дисциплинами как “Современные информационные технологии в рекламе и PR”, “Искусство и литература”, “Digital маркетинг”, “Искусство презентации”, “Креатив в рекламе и СО”.

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

Навык самостоятельной творческой работы, использования креативного мышления, анализа и восприятия информации

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

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

Форма контроля – зачет.

### **Б1.В.ДВ.05.01 Креатив в рекламе и СО**

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

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

понимание, обосновать его и сделать правильные выводы из сказанного. Вокруг такого выступления могут разгореться споры, дискуссии, к участию в которых должен стремиться каждый студент.

#### **Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

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

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

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

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

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

### **Б1.В.ДВ.05.02 Работа с текстами в рекламе и СО**

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

Нами будет рассматриваться концепция рекламного текста, стадии его создания и его специфика. Хорошо подготовленное сообщение может привлечь внимание, побудить прочитать, просмотреть или прослушать рекламную информацию гораздо большее количество людей. В процессе обучения рекламный текст будет рассматриваться нами исключительно с практической точки зрения. Весь материал будет преподноситься в определенной последовательности. Целью изучения дисциплины является умение разрабатывать, готовить к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы и PR.

#### **Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

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

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

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

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

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

### **Б1.В.ДВ.06.01 Корпоративная культура**

Дисциплина «Корпоративная культура» изучает возникновение и становление корпорации, корпоративизма и корпоративной культуры. Понятие, сущность и определение современной корпоративной культуры. Основные понятия и ценности корпоративной культуры. Структура современной корпоративной культуры. Основные функции современной корпоративной культуры. Современная корпоративная культура как сложная и открытая система. Формирование и развитие корпоративной культуры предприятия.

**Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

Дисциплина «Корпоративная культура» тесно взаимосвязана с дисциплинами «Психология рекламной деятельности», "Имиджелогия".

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

Иметь базовые знания о структуре организации и функционировании ее отдельных элементов;

Владеть основными навыками психологических особенностей общения в больших и малых организациях разных сфер деятельности;

Владеть навыками профессионального общения, соблюдая нормы и требования профессиональной этики;

Понимать структуру и особенности функционирования управления персоналом.

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

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

Форма контроля – зачет.

### **Б1.В.ДВ.06.02 Стилистика и литературное редактирование**

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

**Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

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

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

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



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

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

Форма контроля – зачет.

#### **Б1.В.ДВ.07.01 Введение в методологию научных исследований**

**Целью освоения дисциплины** «Введение в методологию научного исследования» является сформировать у студентов первичные навыки самостоятельной научно-исследовательской деятельности.

**Задачи освоения дисциплины:** рассмотреть этапы процесса подготовки и осуществления научно-исследовательской деятельности, выработать у студентов навыки оформления рукописи научной работы и публикации тезисов / статей в научных изданиях и сборниках конференций.

#### **Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

Дисциплина «Введение в методологию научного исследования» входит в вариативную часть дисциплин по выбору, базируется на следующих дисциплинах: «Русский язык и культура речи», «Философия», «История (история России, всеобщая история)», «Теория и практика массовой информации».

Место дисциплины «Введение в методологию научного исследования» в учебном процессе определяется также тем, что он дает теоретическую и методологическую основу для усвоения принципов научной работы других гуманитарных и коммуникативных дисциплин, изучаемых студентами в вузе, служит базой для написания курсовой, для преддипломной практики и, впоследствии, выпускной квалификационной работы.

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

Уровень начальной подготовки обучающегося для успешного освоения дисциплины «Введение в методологию научного исследования»:

- **Иметь** представление об основных принципах работы с информацией;
- **Знать** грамматические и лексические правила русской речи;
- **Иметь** навыки анализа, структурирования и обобщения теоретического материала, полученные в процессе подготовки рефератов и курсовой работы.

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

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

Форма контроля – зачет.

#### **Б1.В.ДВ.07.02 Немедийные коммуникации**

**Целью освоения дисциплины** является формирование системы знаний, умений и навыков использования немедийных каналов коммуникации; формирование целостного представления о системе маркетинговых коммуникаций, входящих в состав комплекса маркетинга (маркетинг-микса). Полученные знания позволят сформировать умения и навыки, необходимые для эффективной работы в сфере BTL- услуг.

**Задачами освоения дисциплины** являются:

- ✓ знать понятие, основные функции и принципы немедийных коммуникаций;
- ✓ знать и понимать теоретические основы функционирования каналов BTL-коммуникаций
- ✓ знакомство студентов с теоретическими основами маркетинговых коммуникаций и современными взглядами на рекламные коммуникации, с их функциями, целями, задачами, видами, формами и разнообразными рекламоносителями, относящимися к немедийным формам коммуникаций.
- ✓ изучение современного состояния и тенденций развития рынка коммуникационных

услуг ВТЛ в Армении в соотношении с рынками других стран и глобальным ВТЛ-рынком.

- ✓ изучение структуры и состава немедийных каналов коммуникации.
- ✓ овладение умениями и навыками маркетингового проектирования ИМК для формирования и продвижения товаров и услуг на рекламном рынке; технологиями разработки основных компонентов системы маркетинговых коммуникаций, исходя из особенностей маркетинговой стратегии компании, разработки планов специальных мероприятий и ВТЛ-акций.

#### **Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

Данная учебная дисциплина входит в учебном плане в часть, формируемую участниками образовательных отношений. Дисциплина является частью системы дисциплин по выбору, формирующих профессиональные компетенции.

Дисциплина углубляет и расширяет знания студентов о каналах, формах и способах рекламного продвижения, создании товарных марок (брендов) и эффективном управлении ими. Дисциплина опирается на знания, получаемые студентами в дисциплинах: коммуникативной и экономической направленности: «Экономика», «Основы теории коммуникации», «Основы маркетинга».

Содержательно она дает теоретическое и методологическое (модельное) обоснование тем знаниям, которые студенты осваивают в последующих курсах: «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» и др.

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

Уровень начальной подготовки обучающегося для успешного освоения дисциплины «Немедийные коммуникации»:

- Иметь представление о принципах построения коммуникаций и управления ими, особенностях управления выбором и эффективного применения инструментов интегрированных маркетинговых коммуникаций; этапах организации рекламной деятельности в организации.
- Знать особенности использования маркетинговых коммуникаций в общей стратегии предприятия, разрабатывать программу рекламной кампании организаций и фирм с учетом ее особенностей, принадлежности к товарным рынкам.
- Владеть основами теории коммуникации, разбираться в ключевых закономерностях маркетинга.

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

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

Форма контроля – экзамен.

### **Б1.В.ДВ.07.03 Консалтинг в рекламной деятельности**

**Целью освоения** дисциплины является изучение консалтинговой деятельности и ее технологий в разных сферах консалтинга.

**Задачами освоения** дисциплины являются усвоение закономерностей функционирования консалтингового рынка и освоение отечественного и зарубежного опыта в области изучения консалтингового рынка.

#### **Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

Учебная дисциплина «Консалтинг в рекламной деятельности и связях с общественностью» относится к вариативной части учебного плана «Рекламы и связи с

общественностью». Курс «Консалтинг в рекламной деятельности и связях с общественностью» базируется на таких дисциплинах, как «Социология», «Психология» и др.

Является основой для изучения дисциплин, связанных с профессиональной деятельностью, в процессе которых изучается и осваивается процесс подготовки и принятия решений по различным аспектам рекламной, производственной и коммуникационной деятельности организации; формирования системы экономических, социально-политических, идейно-нравственных отношений в обществе; требований к подготовке и проведению изучения общественного мнения.

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

Уровень начальной подготовки обучающегося для успешного освоения дисциплины «Консалтинг в рекламной деятельности и связях с общественностью»:

- **знать** дисциплины, изучающие информационные ресурсы и рынки, основы бизнеса, основы менеджмента, основы психологии и социологии;

- **уметь** дать определения основным понятиям в сфере управленческого консультирования; относить различные ситуации, с которыми сталкиваются консультанты, к соответствующим видам задач;

-**выявлять** основные проблемы предмета и метода управленческого консультирования; анализировать и искать пути решения этих проблем; формулировать основные принципы поведения с клиентом;

-**различать** внешних и внутренних консультантов; определять правильную стратегию поведения консультанта,

-**классифицировать** консультационные услуги; анализировать различные роли консультанта, выбирать консультационную фирму или консультанта;

- **соотносить** фазы консультирования с соответствующими этапами и стадиями; оценивать результат консультирования

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

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

Форма контроля – зачет.

### **Б1.В.ДВ.07.04 Планирование и реализация кампании по рекламе и СО**

**Цель дисциплины** - обучение основным знаниям и навыкам организации и проведения кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах.

Дисциплина направлена на обеспечение студентов умению конструировать собственные технологические подходы к решению задач в области рекламы и PR; на формирование у студентов знаний, касающихся значимости стратегического планирования при разработке комплексных коммуникативных кампаний, критериев оценки их эффективности; а также роли рекламы и связей с общественностью в эффективном позиционировании и продвижении субъектов рыночной деятельности.

#### **Задачи учебного курса:**

- обеспечить усвоение основных принципов проектирования маркетинговых коммуникаций;

- сформировать целостные представления о технологии проектирования рекламных и PR-кампаний;
- сформировать навыки организации рекламных и PR кампаний;
- сформировать навыки оценки эффективности рекламных и PR кампаний;
- изучить специфику и особенности функционирования системы управления агентством рекламы и связей с общественностью и службы рекламы и связей с общественностью организации.

#### **Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

Данная учебная дисциплина входит в учебном плане в часть, формируемую участниками образовательных отношений. Дисциплина является по выбору и частью системы дисциплин, формирующих профессиональные компетенции.

Освоение дисциплины базируется на знаниях, приобретенных при изучении дисциплин: «Основы менеджмента», «Основы теории коммуникации», «Основы медиапланирования».

Дисциплина «Планирование и реализация кампании по рекламе и связям с общественностью в различных сферах» связана со всеми последующими дисциплинами.

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

Уровень начальной подготовки обучающегося для успешного освоения дисциплины:

- **знать** особенности процесса коммуникации;
- **знать** специфику процессов управления внешней и внутренней средой организации;
- **знать** основы систем менеджмента и маркетинга на предприятии;
- **уметь** разбираться в основных показателях медиапланирования, выбирать каналы коммуникации для размещения рекламных материалов;
- **уметь** разрабатывать стратегические и тактические цели организации;
- **уметь** проводить маркетинговые исследования для оценки ситуации;
- **владеть** навыками разработками рекламно-маркетингового и коммуникационного планов деятельности организации.

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

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

Форма контроля – зачет.

### **Б1.В.ДВ.07.05 Стратегия личностно - профессионального развития**

**Цель:** введение обучающихся в область социально-экономических отношений для решения проблем профессионального развития и создание у обучаемых научно-теоретической и практической основы для их дальнейшего профессионального роста в области рекламы и связей с общественностью.

#### **Задачи:**

- обеспечить знаниями об основных закономерностях профессионального становления (развития), адаптации и самовыражения личности в профессии;
- дать представление о возможностях управления карьерой, познакомить с существующими подходами к изучению этапов профессионального становления личности; раскрыть современные технологии управления процессом профессионального и административного роста,
- вооружить современными методиками психологической диагностики явлений социально-профессиональной сферы;
- сформировать навыки планирования личной профессиональной карьеры и деловых коммуникаций в соответствии с индивидуальными особенностями обучающихся.

### **Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

Учебная дисциплина «Стратегии личностно-профессионального развития» входит в вариативную часть дисциплин ООП. Данная дисциплина закладывает основы для изучения дисциплин, обеспечивающих развитие общепрофессиональных и профессиональных компетенций

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

Уровень начальной подготовки обучающегося предполагает знания, полученные в процессе изучения дисциплин: «Роль лидера и социальное взаимодействие людей в командной работе», «История возникновения и развития рекламы».

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

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

### **Б2.В.01 (У) Учебная практика (профессионально – ознакомительная практика)**

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

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

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

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

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

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

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

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

Прохождение производственной практики создаёт базу для успешного освоения

последующих курсов теоретической и практической подготовки, таких как: «Разработка и технологии создания рекламного продукта», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Современные технологии рекламы», «Реклама и СО в политике и управление общественным мнением».

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

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

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

Трудоемкость в академических часах – 1080; Кредиты – 30;

Предусмотрено прохождение практики 3 семестра;

Форма контроля – зачет, зачет, зачет.

### **Б3 Государственная итоговая аттестация**

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

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

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

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

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

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

### **ФТД.В.01 Основы валеологии**

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

**Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

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

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

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

Форма контроля –зачет.

## **ФТД.В.02 История Армении (для иностранных граждан)**

Курс Истории Армении предназначен для студентов первых курсов неисторических факультетов. Курс прослеживает социально-политическое, государственно-правовое, духовно-ментальное, культурное развитие армянского народа, создающее национально-историческую специфику. Курс представляет собой синтез историй политической, экономической, культурной. Эти направления находятся в прямой и тесной взаимосвязи. Курс направлен на формирование у студентов знаний, способствующих не только пониманию многовековой истории армянского народа, но и задач, стоящих перед современным армянским обществом в эпоху глобализации, выработке чувствительного к гуманизму мировоззрения, осознание ими современных целей общественной жизни. Необходимо, чтобы студенты осознали, что достижение этих ценностей возможно только благодаря постоянной борьбе за решение основных экономических, социальных и политических вопросов. В экономической сфере – за экономическую эффективность, в социальной – достижение социальной справедливости, в политической – развитие демократии, ее институтов, гарантии прав и свобод человека. В Армении это процесс особенный. Находясь на перекрестке торговых дорог, стыке культур и цивилизаций, являясь ареной многочисленных войн Армения имеет исторические особенности.

### **Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

Связана с дисциплиной “История армянской культуры”.

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

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

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

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

Форма контроля – экзамен.

## **ФТД.В.03 Армянский язык (слабая группа)**

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

### **Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

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

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

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

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

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

Форма контроля – зачет.