

**АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
«Основы конфликтологии»**

для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины: ознакомить студентов с основными понятиями, теоретическими подходами конфликтологии как комплексной науки о конфликте. Данная отрасль знания направлена на расширение профессионального и культурного горизонта специалиста в области рекламы и связей с общественностью, формирование его эффективной профессиональной, общественно значимой деятельности

Задачи освоения дисциплины:

- формирование профессиональных знаний в области теории и практики конфликтологии, освоение ключевых понятий и категорий данной науки;
- овладение навыками анализа основных научных направлений, теорий, концепций, и подходов ученых, изучавших закономерностей возникновения, развития, функционирования, завершения конфликта, способов его урегулирования;
- изучение особенностей протекания конфликтов в разных сферах общественной жизни, в разных видах социальных организаций.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Дисциплина «Основы конфликтологии» Б1.Б17. относится к базовой части дисциплин учебного плана бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью». Изучается в 1 семестре.

Дисциплина «Основы конфликтологии» является составляющей базовой обязательной части дисциплин социогуманитарного цикла, которая дает возможность расширения и углубления знаний, умений, навыков и компетенций, определяемых содержанием базовых (обязательных) дисциплин, позволяет обучающимся получить углубленные знания и навыки для успешной профессиональной деятельности.

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

В дальнейшем курс «Основы конфликтологии» станет основой изучения протекания социальных процессов, групповых и личностных взаимодействий в рамках дисциплин: «Психология массовых коммуникаций», «Основы менеджмента», «Основы интегрированных коммуникаций», Основы проектного управления Психология и педагогика Технологии деловой коммуникации в рекламе и связях с общественностью Основы предпринимательского права Технологии имиджмейкинга Основы маркетинга Социальное предпринимательство Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью Маркетинговые исследования и ситуационный анализ Планирование рекламных кампаний Планирование PR-кампаний Профессиональная этика специалиста по рекламе и связям с общественностью Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях PR в сфере культуры Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью Цифровой маркетинг Учебная практика - Проектная деятельность Профессионально-творческая производственная практика Преддипломная практика ГИА

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
--	--

<p>ОК – 6 способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p>	<p>Знать: теоретические и практические основания функционирования противоречий и образования конфликтов в коммуникациях на всех уровнях социальной системы</p> <p>Уметь: применять конфликтологические знания и релевантную информацию для понимания и регулирования текущей работы коллектива</p> <p>Владеть: навыками оценки конфликтных ситуаций, анализа противоречий, касающихся социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий</p>
<p>ОПК-2: владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью.</p>	<p>Знать: знать основные понятия и категории конфликтологии, как базовой научной дисциплины для перспектив организации работы в отделах рекламы и связей с общественностью</p> <p>Уметь: уметь анализировать структуру конфликтов разных уровней, находить оптимальные возможности для их регулирования в отделах рекламы и отделах связей с общественностью</p> <p>Владеть: навыками управления и регулирования конфликтов и противоречий на всех уровнях организационной системы в сфере рекламы и связей с общественностью</p>

3. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины: 4 зачетных единиц

4. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии:

- проведение семинарских занятий, направленных на освоение вопросов курса
- выполнение практических заданий, направленных на отработку практических навыков
- проведение групповых дискуссий по темам практических заданий

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии:

- выполнение практических заданий,
- подготовка к выступлению на семинарских занятиях,
- подготовка к экзамену

5. Контроль успеваемости

Текущий контроль осуществляется путем оценки работы обучающихся на семинарских занятиях (ответов, дополнений, замечаний, выступления в дискуссиях).

Промежуточный контроль проводится в форме выполнения практических заданий.

Итоговый контроль знаний осуществляется путем проведения устного экзамена.