

Аннотация рабочей программы
учебной дисциплины «Б1.Б.38 Культурология»
направления подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
профиль подготовки Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Цели изучения дисциплины:

- изучение культуры как глобального сверхсложного системного объекта, изначально связанного с развитием человека;
- ознакомление студентов с историей культурологической мысли, категориальным аппаратом данной области знания, раскрытие сущности основных проблем современной культурологии;
- формирование представлений о специфике и общих закономерностях развития мировых культур, характере и особенностях российской цивилизации.

Задачи дисциплины:

- изучить закономерности развития культуры как системы;
- раскрыть динамику и механизмы ее функционирования;
- определить общее и особенное в исторических судьбах различных культур;
- выявить специфические особенности и базовые ценности русской культуры;
- развивать у студентов интерес к культурологической проблематике, потребность в самостоятельном получении знаний, готовность к самореализации в профессиональной сфере деятельности.

Основные блоки и темы дисциплины:

Культурология как наука. Культура как объект исследования. Функции культуры. Человек как системообразующая единица культуры. Взаимодействие культуры с другими общезначимыми системами (природа, общество). Основные институты культуры. Типология культуры. Язык как первооснова культуры. Место и роль России в мировой культуре. Проблемы мировой культуры XX века. Охрана и использование национального культурного наследия

Учебная дисциплина «Культурология» входит в базовый перечень курсов ОП.

В результате изучения дисциплины бакалавр должен обладать следующими компетенциями:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1).

В результате изучения дисциплины бакалавр должен

Знать особенности влияния социальной среды на формирование личности и мировоззрения человека; культуру, национальные, расовые и конфессиональные обычаи других стран и народов.

Уметь; выделять, формулировать и логично аргументировать собственную мировоззренческую позицию в процессе межличностной коммуникации с учетом ее специфики; ориентироваться в межкультурном пространстве в условиях развивающегося общества

владеть: проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;

Дисциплина «Культурология» изучается посредством лекций и семинарских занятий.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 часа, 2 зачетные единицы.

Вид промежуточной аттестации: зачет.

Разработчик

Зав. выпускающей кафедрой



Тубаева А.К.
Ф.И.О.

Исмаилов А.Р.
Ф.И.О.