

**Аннотация рабочей программы дисциплины «Семиотика культуры и историческая динамика» для направления подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.
Направленность (профиль) образовательной программы - Реклама и связи с общественностью в государственных и коммерческих структурах**

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины:

научить анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, а также учитывать эти особенности в процессе межкультурной коммуникации.

Задачи изучения дисциплины:

- рассмотреть этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса;
- овладеть навыками анализа достижения отечественной и мировой культуры с целью их использования при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов, при осуществлении межкультурного взаимодействия.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и индикаторы их достижения

2.1. Универсальные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Межкультурное взаимодействие	УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	ИД-1УК-5 Осуществляет анализ коммуникативных знаков и единиц с учётом межкультурного взаимодействия.

2.2. Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Культура	ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ИД-1ОПК-3 Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса ИД-2ОПК-3 Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов

3. Содержание дисциплины

Введение в семиотику. Знаки, их сущность и свойства. Классификация семиотических знаков. Семиотический анализ текстов рекламы и связей с общественностью. Семиотика культуры в профессиональной деятельности. Особенности восприятия медиатекстов в разных культурах. Анализ рекламных/ PR текстов (по выбору) в семиотическом аспекте.