

Аннотации к рабочим программам дисциплин (модулей) и практик

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Аннотация рабочей программы дисциплины «История России»

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «История России» являются: формирование у студентов комплексного представления о культурно-историческом своеобразии России, ее месте в мировой и европейской цивилизации; формирование систематизированных знаний об основных закономерностях и особенностях всемирно-исторического процесса, с акцентом на изучение истории России; введение в круг исторических проблем, связанных с областью будущей профессиональной деятельности, выработка навыков получения, анализа и обобщения исторической информации.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «История России» относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП (Б.1.Б.1) и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

<i>Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)</i>	<i>Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)</i>
-	Философия

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента формируются на основе программы среднего (полного) общего образования по истории.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Учитывает межкультурное разнообразие в ходе мировоззренческой оценки происходящих процессов в обществе	Знает основные исторические закономерности
	УК-5.2. Анализирует современное состояние общества на основе знания истории, а также с позиций этики и философских знаний	Знает основы историко-культурного развития общества с позиции истории Умеет интерпретировать современное состояние общества на основе знания истории Владеет навыками анализа исторических фактов, оценки явлений культуры;

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Методология и теория исторической науки. Россия в мировом историческом процессе

Народы и государства на территории современной России в древности. Русь в IX - первой трети XIII в.

Русь в XIII–XV вв.

Россия в XVI–XVII вв.

Россия в XVIII в.

Российская империя в XIX — начале XX в.

Россия в советскую эпоху: довоенное время

Великая Отечественная война 1941–1945 гг. Борьба советского народа против германского нацизма - ключевая составляющая Второй мировой войны

Преодоление последствий войны. Апогей и кризис советского общества. 1945–1984 гг. Мир после Второй мировой войны

От попыток перестройки системы к смене модели общественного развития. Современная Россия Советское общество 50-х – 80-х годов.

От первых попыток либерализации системы к глобальному кризису

От попыток перестройки системы к смене модели общественного развития. Современная Россия.

Наименование дисциплины – *Философия*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины Философия являются: расширение интеллектуального горизонта и развитие гуманитарного стиля мышления студентов; изучение ими истории мировой и отечественной философии в ее развитии с древности до современности; приобщение их к мировому опыту философского осмысления и анализа проблем природы, общества, человека, познания, культуры; развитие способности формулировать и аргументировать свое понимание философских течений и концепций.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Философия» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б.1.Б.2) и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
История	Конфликтология
Социология	

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Формируемые компетенции (код компетенции, наименование)	Планируемые результаты обучения	
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.2. Использует системный подход для решения поставленных задач	Знает сущность и принципы системного подхода Умеет анализировать задачу с использованием системного подхода Владеет навыками системного анализа для решения поставленных задач
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Учитывает межкультурное разнообразие в ходе мировоззренческой оценки происходящих процессов в обществе	Знает основные категории философии Умеет интерпретировать современное состояние общества с позиций межкультурного разнообразия Владеет навыками учета особенностей восприятия межкультурного разнообразия в ходе мировоззренческой оценки происходящих процессов в обществе
	УК-5.2. Анализирует современное состояние общества на основе знания истории, а также с позиций этики и философских знаний	Знает основы развития общества с позиции этики и философии Умеет интерпретировать современное состояние общества с позиций этики и философских знаний Владеет навыками анализа исторических фактов, оценки явлений культуры

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Роль философии в жизни общества
 Основные направления, школы философии и этапы ее исторического развития
 Основные проблемы онтологии
 Социальная философия
 Основные проблемы гносеологии
 Глобальные проблемы современности

Наименование дисциплины – *Иностранный язык*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Иностранный язык» являются: повышение исходного уровня владения английским языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, и овладение студентами необходимым и достаточным уровнем иноязычной коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях профессиональной, научной, культурной и бытовой сфер деятельности (умений письменного и устного общения на английском языке), а также для дальнейшего самообразования.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Иностранный язык» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока части блока 1 «Дисциплины (модули)» ООП.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
-	Профессиональный иностранный язык

Освоение дисциплины «Иностранный язык» повышает уровень первоначальных знаний, умений и навыков у студентов в области иностранного языка.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах)	УК-4.2 Ведёт обмен деловой информацией в устной и письменной формах не менее чем на одном иностранном языке	Знает нормы и правила иностранного языка Умеет коммуницировать в устной и письменной формах на иностранном языке Владет навыками обмена деловой информацией в устной и письменной формах на иностранном языке

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Бытовая сфера общения
Учебно-познавательная сфера общения
Социально-культурная сфера общения
Профессиональная сфера общения

Наименование дисциплины – Правовые основы рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Правовые основы рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью» является формирование у студентов знаний, умений и навыков в области применения правовых норм для решения профессиональных задач в сфере рекламы и связей с общественностью.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Правовые основы рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью» относится к обязательной части блока «Дисциплины (модули)» Б1.Б4. образовательной программы.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг	PR-поддержка и сопровождение рекламной кампании
Теория, практика и коммуникационные стратегии связей с общественностью	Связи с общественностью в экономике, политике и переговорных процессах
Теория и практика социальной рекламы	Рекламные технологии продвижения в сети Интернет
Политическая реклама	Организация работы со средствами массовой информации
PR-технологии в коммерческой и некоммерческой деятельности	Разработка рекламного продукта
Реклама в средствах массовой информации	Производственная практика (преддипломная практика)

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.2. Выбирает оптимальный способ решения поставленных задач с учетом имеющихся ресурсов, ограничений и действующих правовых норм	Знает действующие правовые нормы и ограничения, оказывающие регулирующее воздействие на определение способа решения поставленных задач Умеет проектировать решение конкретной задачи, выбирая оптимальный способ, исходя из действующих правовых норм, оценки имеющихся ресурсов с учётом ограничений Владет навыками решения типичных задач оптимальными способами
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.2. Выявляет и учитывает в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из правовых и этических норм регулирования	Знает законодательство, регулирующее рекламную деятельность и деятельность по связям с общественностью, защиту персональных данных и интеллектуальной собственности; этические нормы регулирования в рекламе и связях с общественностью Умеет применять законодательные и нормативно-правовые акты в профессиональной деятельности; оценивать процессы и продукты профессиональной деятельности на соответствие требованиям законодательных и нормативно-правовых актов Владет навыками работы со специализированным программным обеспечением для работы с нормативными и законодательными документами

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Правовые основы управления информацией. Правовое регулирование рекламы. Специальные требования к отдельным видам рекламы. Особенности правового регулирования рекламы в зависимости от способа ее распространения. Специальные требования к рекламе отдельных товаров и услуг. Правовое регулирование связей с общественностью. Авторское право в рекламе и связях с общественностью. Средства индивидуализации в маркетинговых коммуникациях. Саморегулирование в сфере рекламы. Государственное регулирование и контроль в сфере рекламной деятельности

Наименование дисциплины – Экономика

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является компетентностная подготовка студентов в соответствии с требованиями ФГОС, в том числе:

формирование у студентов бакалавриата современного экономического мировоззрения;
изучение и освоение теоретического содержания современной экономической науки, ее фундаментальных проблем;

приобретение опыта анализа различных экономических ситуаций и умения оперировать этими знаниями в профессиональной деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Экономика» относится к дисциплинам обязательной части Блока 1 – Дисциплины (модули) (Б.1Б.5) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Для освоения учебной дисциплины студенты должны владеть знаниями основных понятий и категорий, а также принципов деятельности в сфере рекламы и PR.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
История	Философия
	Экономика рекламных и PR агентств

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1. Использует базовые принципы и законы экономики при принятии решений в различных областях жизнедеятельности	Знает базовые экономические принципы и законы Знает основы системы экономических отношений на микро- и макроуровне; Умеет использовать экономические знания для анализа социально значимых проблем и процессов, решения социальных и профессиональных задач; Владет навыками анализа экономических процессов и явлений, происходящих в обществе
	УК-9.2. Применяет методы экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами	Знает методы экономического и финансового планирования; финансовые инструменты для управления личными финансами Умеет использовать финансовые инструменты для управления личными финансами Владет навыками анализа финансовой информации в зависимости от поставленных задач

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Предмет и метод экономической науки.

Рынок как развитая форма товарного хозяйства.

Финансовая грамотность как основа рационального потребительского поведения.

Поведение фирмы и теория организации рынка.

Рынки факторов производства и экономическая теория общественного сектора.

Предмет и методы макроэкономики. Основные макроэкономические показатели и система национального счетоводства.

Макроэкономическое равновесие.

Макроэкономическая нестабильность и экономический рост.

Макроэкономическая политика.

Международные аспекты национальной экономики.

Наименование дисциплины – *Безопасность жизнедеятельности*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины является: компетентностная подготовка студентов в соответствии с требованиями ФГОС, в том числе: формирование у студентов знания потенциально опасных и вредных факторов для здоровья и жизни человека, механизмов их действия; представлений о причинах и механизмах развития основных чрезвычайных ситуаций, путях предупреждения и снижения их опасных последствий; профессиональной культуры безопасности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» относится к дисциплинам обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б.1. Б. 6) ОПОП и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
	Физическая культура и спорт

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и индикатор (индикаторы) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	УК-8.1. Идентифицирует и анализирует факторы вредного влияния элементов среды обитания на безопасные условия жизнедеятельности в повседневной жизни и в профессиональной деятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества	Знает факторы вредного влияния элементов среды обитания Умеет поддерживать безопасные условия жизнедеятельности в профессиональной деятельности Владеет навыками поддержания безопасных условий жизнедеятельности в повседневной жизни
	УК-8.2. Выявляет ситуации, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и предлагает мероприятия по их предотвращению	Знает основы техники безопасности на рабочем месте Умеет подбирать мероприятия по предотвращению нарушений техники безопасности на рабочем месте
	УК-8.3. Разъясняет правила поведения при возникновении военных конфликтов, чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения; описывает способы участия в восстановительных мероприятиях	Знает правила поведения при возникновении военных конфликтов, чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения Умеет описывать способы участия в восстановительных мероприятиях

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Введение в безопасность. Основные понятия и определения

Человек и техносфера

Идентификация и воздействие на человека вредных и опасных факторов среды обитания

Защита человека и среды обитания от вредных и опасных факторов природного, антропогенного и техногенного происхождения

Обеспечение комфортных условий для жизни и деятельности человека

Психофизиологические и эргономические основы безопасности

Чрезвычайные ситуации и методы защиты в условиях их реализации

Управление безопасностью жизнедеятельности

Наименование дисциплины – *Социология*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Социология» является

- целостное представление об обществе, проблемах и закономерностях его функционирования и развития как социальной системы;
- формирование общетеоретических представлений о предмете, методах, функциях и задачах социологии;
- овладение умениями и навыками подготовки и проведения социологического исследования.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Социология» относится к обязательной части Дисциплины (модули) Блока 1 (Б.1.Б.7) и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
История	Теория, практика и коммуникационные стратегии связей с общественностью
	Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг
	Профессионально-ознакомительная практика

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и индикатор (индикаторы) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Находит, интерпретирует, критически анализирует и синтезирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи	Знает сущность, свойства, виды и источники информации, методы поиска и критического анализа информации
		Умеет осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации; обобщать результаты анализа для решения поставленных задач
		Владеет навыками поиска, анализа и обработки информации
	УК-1.2. Использует системный подход для решения поставленных задач	Знает сущность и принципы системного подхода
		Умеет анализировать задачу с использованием системного подхода
		Владеет навыками системного анализа для решения поставленных задач
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Учитывает межкультурное разнообразие в ходе мировоззренческой оценки происходящих процессов в обществе	Знает основные исторические закономерности
		Умеет интерпретировать современное состояние общества с позиций межкультурного разнообразия
		Владеет навыками учета особенностей восприятия межкультурного разнообразия в ходе мировоззренческой оценки происходящих процессов в обществе
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Учитывает тенденции развития общественных и государственных институтов в профессиональной деятельности	Знает современные тенденции развития социальных институтов
		Умеет разрабатывать программу исследования функционирования общественных и государственных институтов
		Владеет навыками сбора, обработки и анализа результатов исследования общественных и государственных институтов

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Социология как наука

Общество как социокультурная система

Социальные институты и организации
Личность как субъект и продукт социальных отношений
Социальные взаимодействия, отношения и контроль.

Наименование дисциплины – *Деловое общение и деловая коммуникация*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения учебной дисциплины «Деловое общение и деловая коммуникация» является повышение уровня профессиональной компетентности и психологической культуры личности будущих специалистов в различных сферах и ситуациях профессионального взаимодействия; формирование творческих способностей, оригинальности и импровизации при использовании различных форм делового общения как основы профессионального мастерства специалиста; овладение коммуникативными техниками на основе знаний индивидуально-психологических особенностей конструктивного, делового и межличностного общения и управления людьми.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б.1.Б.8) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Социология	Теория, практика и коммуникационные стратегии связей с общественностью
Введение в профессию	Связи с общественностью в экономике, политике и переговорных процессах
	Искусство деловой презентации
	Этические основы рекламы и связей с общественностью
	Профессионально-ознакомительная практика

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и индикатор (индикаторы) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах)	УК-4.1 Ведёт обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации	Знает нормы и правила государственного языка Российской Федерации
		Умеет коммуницировать в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации
		Владеет навыками обмена деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации
ПК-2. Способен управлять информационными ресурсами	ПК-2.1. Организует работу по созданию и редактированию контента	Знает содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента
		Умеет распределять работы по созданию и редактированию контента
		Владеет навыками координации работы по созданию и редактированию контента

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общение, его функции, средства, виды

Формы делового общения

Деловая беседа

Деловые переговоры

Протокольные мероприятия

Риторика и культура речи

Психология делового общения

Деловая этика и этикет

Наименование дисциплины – *Русский язык и культура речи*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Русский язык и культура речи» являются:

-овладение новыми навыками и знаниями, связанными с особенностями общения в профессиональной сфере;

-совершенствование языковой компетенции;

-создания у студентов мотивации к совершенствованию своей речевой коммуникации - развитие личностных качеств, а также формирование универсальных и общепрофессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению подготовки, позволяющих выпускнику успешно работать в избранной сфере деятельности и быть устойчивым на рынке труда.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Русский язык и культура речи» относится к обязательной части Блока 1 Дисциплины (модули) Б.1. Б.9. ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Требования к «входным знаниям», умениям и навыкам обучающихся: знание школьного курса русского языка.

Приобретённые в ходе изучения данной дисциплины теоретические знания должны быть закреплены студентами при прохождении последующих дисциплин и видов практики:

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
-	Деловое общение и деловая коммуникация
-	Основы этнопсихологии и общения в поликультурной среде
-	Конфликтология
-	Копирайтинг
-	Профессионально-ознакомительная практика
-	Профессионально-творческая практика
-	Преддипломная практика

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и индикатор (индикаторы) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах)	УК-4.1 Ведёт обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации	Знает нормы и правила государственного языка Российской Федерации
		Умеет коммуницировать в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации
		Владеет навыками обмена деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты, и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	ОПК-1.1. создает востребованные обществом и индустрией медиатексты, и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского языка, особенностями иных знаковых систем	Знает правила построения текста, особенности стилей
		Умеет использовать правила построения текста, стилистические особенности текста при создании медиатекста, и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта

		<p>Владеет навыками построения текста с учетом его стилистических особенностей при создании медиатекста, и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта в соответствии с нормами русского языка</p>
--	--	--

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Разновидности национального языка.

Функциональные стили литературного языка.

Речевая норма и культура речи.

Ораторское искусство и совершенствование навыков устной речи.

Этика и этикет в устной речи.

Наименование дисциплины – Информационные технологии проектирования WEB-сайтов

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Информационные технологии проектирования WEB-сайтов» является овладение информационными технологиями и средствами для создания, поддержки и управления web-ресурсами.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к базовой части обязательные дисциплины Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б.1.Б.10) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Приобретённые в ходе изучения данной дисциплины теоретические знания должны быть закреплены обучающимися при прохождении соответствующих дисциплин и видов практики.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Экономика рекламных и PR-агентств Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг	Рекламные технологии продвижения в сети Интернет Технологии производства рекламного продукта Маркетинг в рекламе и PR Преддипломная практика

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и индикатор (индикаторы) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Находит, интерпретирует, критически анализирует и синтезирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи	Знает сущность, свойства, виды и источники информации, методы поиска и критического анализа информации в области проектирования Web-сайтов Умеет осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации; обобщать результаты анализа для проектирования Web-сайтов Владеет навыками поиска, анализа и обработки информации при проектировании Web-сайтов
	УК-1.2. Использует системный подход для решения поставленных задач	Знает сущность и принципы системного подхода к проектированию Web-сайтов Владеет навыками системного анализа для решения поставленных задач в области проектирования Web-сайтов
ОПК- 6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Понимает принципы работы современных информационных технологий	Знает современные технические средства и программное обеспечение для проектирования Web-сайтов Умеет анализировать и подбирать современные программно-аппаратные средства для проектирования Web-сайтов Владеет навыками отбора необходимого технического оборудования и программного обеспечения для проектирования Web-сайтов.
	ОПК-6.2. Использует современные информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности	Знает современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение для проектирования Web-сайтов Умеет применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение для проектирования Web-сайтов Владеет навыками проектирования Web-сайтов используя современное

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Современное техническое оборудование и программное обеспечение проектирования Web-сайтов.

Принципы работы и структура Web-приложений на основе ASP.NET

Основы работы в VisualStudio.NET

Основы языка C#

Основы Web-программирования с использованием ASP.NET

Принципы разработки пользовательского интерфейса интернет-приложения

Наименование дисциплины – *Коммуникационный консалтинг*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины являются формирование компетентности в области применения технологий коммуникационного консалтинга и особенностей организационных коммуникаций в рамках консалтинговых проектов, а также развития навыков в сфере коммуникационного консалтинга.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Коммуникационный консалтинг» относится к дисциплинам обязательной части Блока 1 – Дисциплины (модули) (Б1.Б.11). ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Деловое общение и деловая коммуникация	PR-поддержка и сопровождение рекламной кампании
Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг	Технологии производства рекламного продукта
	Организация работы со средствами массовой информации
	Разработка и проведение рекламной кампании
	Связи с общественностью в экономике, политике и переговорных процессах
	Преддипломная практика

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Определяет совокупность задач в рамках поставленной цели	Знать требования к постановке цели и формулированию задач Уметь формулировать в рамках поставленной цели совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих её достижение; определять ожидаемые результаты решения поставленных задач.
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Выявляет запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Знать потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности Уметь отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности Владеть навыками коммуникационного консалтинга в профессиональной деятельности
	ОПК-4.2. Учитывает запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Знать потребности общества в процессе коммуникационного консалтинга Уметь отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в процессе коммуникационного консалтинга Владеть навыками объяснения запросов общества и аудитории в процессе коммуникационного консалтинга

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Предметная область коммуникационного консалтинга

Теория организационных коммуникаций

Особенности консалтинговых проектов во внутренней коммуникационной среде

Особенности консалтинговых проектов во внешней коммуникационной среде

Управление коммуникациями консалтингового проекта как функциональная область менеджмента проектов
Профессиональная стандартизация в управленческом консалтинге

Наименование дисциплины – Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг» являются: формирование компетентности в области профессиональной деятельности специалиста в сфере коммуникаций; изучения и функционирования интегрированных коммуникаций; знания принципов и проблем интеграции технологий и приемов продвижения в единую (маркетинговую) коммуникативную стратегию субъекта рынка/общества, обеспечивающее успешность организации в соответствующем сегменте рынка.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг» относится к дисциплинам обязательной части блока Блока 1 – Дисциплины (модули) (Б.1.Б.12) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Основы рекламы и PR	Рекламная коммуникация
	Теория, практика и коммуникационные стратегии связей с общественностью
	Маркетинг в рекламе и PR
	Брендинг и имиджевые стратегии в рекламе и PR
	Производственная практика

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. создает востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского языка, особенностями иных знаковых систем	Знать нормы русского языка, особенности иных знаковых систем, в том числе интегрированных коммуникаций Уметь создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и медиапродукты в соответствии с нормами русского языка, особенностями иных знаковых систем, в том числе интегрированных коммуникаций Владеть опытом создания востребованных обществом и индустрией коммуникационных продуктов в соответствии с нормами русского языка, особенностями иных знаковых систем, в том числе интегрированных коммуникаций
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Учитывает тенденции развития общественных и государственных институтов в профессиональной деятельности	Знать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах в системе интегрированных коммуникаций. Уметь учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах в системе интегрированных коммуникаций. Владеть навыками учета тенденции

		развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах в системе интегрированных коммуникаций
ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.2 Учитывает достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Знать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. Уметь использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры при интеграции технологий и приемов продвижения в единую (маркетинговую) коммуникативную стратегию субъекта рынка/общества Владеть навыками создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов при интеграции технологий и приемов продвижения в единую (маркетинговую) коммуникативную стратегию субъекта рынка/общества

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Интегрированные коммуникации: понятие, сущность, стратегия

Реклама в системе интегрированных коммуникаций

Связи с общественностью в системе интегрированных коммуникаций

Бренд в системе интегрированных коммуникаций

Интеграционные процессы в директ-маркетинге и организации личных продаж

Наименование дисциплины – Теория, практика и коммуникационные стратегии связей с общественностью

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Теория, практика и коммуникационные стратегии связей с общественностью» являются:

- формирование знаний о закономерностях взаимодействия субъектов общественных отношений с гражданами и организациями на основе согласования интересов;
- формирование умений и навыков при использовании различных видов, средств и современных гуманитарных технологий публич рилейнз в условиях формирования и развития рынка в России.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Теория, практика и коммуникационные стратегии связей с общественностью» относится к дисциплинам обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б.1. Б.13) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Деловое общение и деловая коммуникация	Бизнес-планирование в рекламной и пиар деятельности
Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейнз, брендинг	Брендинг и имиджвые стратегии в рекламе и PR
	Производственная практика
	Профессионально-творческая практика

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и индикатор (индикаторы) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами общества для решения поставленных задач	Знает особенности работы в коллективе.
		Умеет применять современные технологии взаимодействия с членами общества для решения поставленных задач.
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Учитывает тенденции развития общественных и государственных институтов в профессиональной деятельности	Знает современные тенденции развития общественных и государственных институтов
		Умеет взаимодействовать с представителями общественных и государственных институтов
		Владеет навыками управления и планирования работы структур в области рекламы и связей с общественностью
	ОПК-2.2. Освещает в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах тенденции развития общественных и государственных институтов	Знает правила создания медиатекстов и медиапродуктов
Умеет использовать базовые принципы создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы		
Владеет навыками редакции текстов по освещению работы общественных и государственных институтов		
ПК-1. Способен осуществлять организацию продвижения коммуникационного продукта	ПК-1.2. Разрабатывает маркетинговые стратегии для коммуникационной продукции	Знает технологии сегментирования рынка, позиционирование продукта и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов
		Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций
		Владеет навыками разработки концепции продвижения коммуникационной продукции, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели, функции, принципы деятельности публичных отношений

Институты публичных отношений

Менеджмент публичных отношений. Корпоративные отношения: механизм деятельности PR.

Публичных отношений в системе маркетинговых коммуникаций

Анализ и прогноз в структуре публичных отношений

Технологии публичных отношений

Взаимодействие со средствами массовой информации («медиа-отношения»)

Стратегии PR-деятельности в СМИ

Управление кризисными ситуациями средствами PR

Организация и проведение PR -кампаний

Основные сферы PR -деятельности

Эффективность связей с общественностью

Наименование дисциплины – *Теория и практика социальной рекламы*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения учебной дисциплины «Теория и практика социальной рекламы» являются:

- формирование знаний о научных, правовых, социокультурных оснований социальной рекламы;
- формирование умений и навыков создания и распространения социальной рекламы.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Теория и практика социальной рекламы» относится к дисциплинам обязательной части Блока 1 – Дисциплины (модули) (Б.1.Б.14) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Основы рекламы и PR	Реклама в средствах массовой информации
Теория, практика и коммуникационные стратегии связей с общественностью	Инновации в рекламной деятельности
	Разработка рекламного продукта
	Реклама в средствах массовой информации
	Профессионально-творческая практика

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и индикатор (индикаторы) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами общества для решения поставленных задач	Знает особенности работы в коллективе.
		Умеет применять современные технологии взаимодействия с членами общества для решения поставленных задач.
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Применяет принципы социальной ответственности в профессиональной деятельности	Знает принципы социальной ответственности при разработке рекламы
		Умеет учитывать особенности и потребности различных групп населения в своей профессиональной деятельности
	ОПК-7.2. Учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности	Владет навыками планирования социальной рекламной кампании.
		Знает психологические эффекты социальной рекламы
	Умеет провести оценку психологической эффективности социальной рекламы	
	Владет навыками прогнозирования возможных последствий и эффектов при трансляции социальной рекламы	

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Интегрированные коммуникации: понятие, сущность, стратегия
 Реклама в системе интегрированных коммуникаций
 Связи с общественностью в системе интегрированных коммуникаций
 Бренд в системе интегрированных коммуникаций
 Интеграционные процессы в директ-маркетинге и организации личных продаж
 Интегрированные коммуникации: понятие, сущность, стратегия
 Реклама в системе интегрированных коммуникаций
 Связи с общественностью в системе интегрированных коммуникаций
 Бренд в системе интегрированных коммуникаций
 Интеграционные процессы в директ-маркетинге и организации личных продаж

Наименование дисциплины – PR-поддержка и сопровождение рекламной кампании

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины является формирование у студентов компетентности PR-поддержки и сопровождения рекламных мероприятий, оценки эффективности рекламных и PR-кампаний и навыков применения технологий рекламно-информационного воздействия при проведении рекламных и PR-кампаний.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «PR-поддержка и сопровождение рекламной кампании» относится к обязательной части, дисциплинам блока Б 1 – Дисциплины (модули) (Б.1.Б.15) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг	Организация работы со средствами массовой информации
	Связи с общественностью в экономике, политике и переговорных процессах
	Разработка и проведение рекламной кампании
	Инновации в рекламной деятельности
	Рекламные технологии продвижения в сети Интернет
	Технологии производства рекламного продукта
	Преддипломная практика

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Выявляет и учитывает в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования	Знает специфику PR-поддержки и сопровождения рекламных мероприятий в контексте тенденций развития медиакоммуникационных систем, региона, страны и мира. Умеет выявлять особенности PR-поддержки и сопровождения рекламных кампаний, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования. Владет навыками учета в профессиональной деятельности тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.
	ОПК-5.2. Выявляет и учитывает в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из правовых и этических норм регулирования	Знает направления PR-сопровождения и тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Умеет определять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из правовых и этических норм регулирования. Владет навыками учета в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из правовых и этических норм регулирования.
ПК-1. Способен осуществлять организацию продвижения	ПК-1.1. Организует маркетинговые исследования	Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного

коммуникационного продукта	рынка коммуникационной продукции	представления информации Умеет выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на коммуникационную продукцию, существенные характеристики целевой аудитории потребителей Владеет навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке коммуникационной продукции
----------------------------	----------------------------------	---

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Рекламная деятельность и рекламная кампания

Практические основы применения PR

Технология рекламно-информационного воздействия при проведении рекламных и PR-кампаний

PR и реклама в сопровождении мероприятий

Эффективность PR-поддержки и сопровождения рекламной кампании.

Наименование дисциплины – *Основы рекламы и PR*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Основы рекламы и PR» является формирование компетентности в области содержания основ современных рекламной и PR-деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к базовой части обязательные дисциплины Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б.1.Б.16) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
-	Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг
	Теория, практика и коммуникационные стратегии связей с общественностью
	Учебная (профессионально-ознакомительная) практика

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Находит, интерпретирует, критически анализирует и синтезирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи	Знает сущность, свойства, виды и источники информации, методы поиска и критического анализа информации Умеет осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации; обобщать результаты анализа для решения поставленных задач Владеет навыками поиска, анализа и обработки информации
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Использует инструменты и методы управления своим временем для достижения поставленных целей	Знает инструменты и методы управления своим временем Умеет выбирать наиболее эффективные способы управления временем Владеет навыками эффективного использования своего времени для достижения поставленных целей
	УК-6.2. Определяет задачи и траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни, предпринимает меры по её реализации	Знает основные методики самоконтроля, саморазвития и самообразования на протяжении всей жизни. Умеет эффективно планировать и контролировать собственное время. Владеет навыками управления собственным временем.
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Учитывает тенденции развития общественных и государственных институтов в профессиональной деятельности	Знает тенденции развития общественных и государственных институтов в рамках рекламной и PR-деятельности Умеет определять тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах в

		<p>рамках рекламной и PR-деятельности</p> <p>Владеет навыками учета тенденций развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах в рамках рекламной и PR-деятельности</p>
--	--	---

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Реклама и PR как виды профессиональной деятельности: введение в историю развития
 Подготовка профессиональных работников рекламы в современных условиях
 Методология и содержание современной рекламы и PR
 Специалист по рекламе и PR как профессионал и личность
 Представление об этике специалиста по рекламе и PR
 Организационно-правовая база рекламной и PR деятельности
 Промежуточная аттестация (экзамен)
 Подготовка к аттестации
 Групповые консультации
 Индивидуальная работа

Наименование дисциплины – *Физическая культура и спорт*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Физическая культура и спорт» являются:

- формирование у студентов физической культуры личности
- 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.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Физическая культура» относится к основной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б.1.Б.17) ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и находится в логической и содержательно-методической связи с частями ОПОП.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Физическая культура и спорт (общая физическая подготовка)	Физическая культура и спорт (общая физическая подготовка)
Физическая культура и спорт (легкая атлетика)	Физическая культура и спорт (легкая атлетика)

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и индикатор (индикаторы) достижения компетенции	Результаты обучения
УК– 7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.2. Определяет средства и методы физической культуры, необходимые для поддержания должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	Знать: - средства и методы физической культуры для поддержания должного уровня физической подготовленности
		Уметь: -выбирать средства и методы физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
		Владеть: - навыками формирования здорового образа жизни

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов
 История физической культуры и спорта
 Социально-биологические основы физической культуры
 Общая физическая и спортивная подготовка студентов в системе физического воспитания
 Психофизиологические основы учебного труда и интеллектуальная деятельность
 Профессионально-прикладная физическая подготовка бакалавра
 Основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями
 Самоконтроль занимающихся физическими упражнениями и спортом
 Здоровый образ жизни и его отражение в профессиональной деятельности
 Комплекс ГТО в отечественной системе физического воспитания
 Методики развития основных физических качеств

Наименование дисциплины – *Теория и практика средств массовой информации*

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является:

Изучение основ медиа-деятельности в контексте связей с общественностью и средств массовой информации.

Формирование у студентов:

- Системного представления о теории и практике СМИ, ключевых концепциях и реалиях в сфере масс-медиа;
- Умения определять роль и место СМИ в системе современной коммуникации, практике связей с общественностью конкретной организации;
- Способностей анализировать рынок СМИ в современном обществе.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Теория и практика СМИ» относится к дисциплинам обязательной части Блока 1 – Дисциплины (модули) (Б.1.Б.18.) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами..

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Коммуникационный консалтинг	Связи с общественностью в экономике, политике и переговорных процессах
Теория, практика и коммуникационные стратегии связей с общественностью	Преддипломная практика
	Организация работы со средствами массовой информации

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Находит, интерпретирует, критически анализирует и синтезирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи	Знает сущность, свойства, виды и источники информации, методы поиска и критического анализа информации Умеет осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации; обобщать результаты анализа для решения поставленных задач Владеет навыками поиска, анализа и обработки информации
	УК-1.2. Использует системный подход для решения поставленных задач	Знает сущность и принципы системного подхода Умеет анализировать задачу с использованием системного подхода Владеет навыками системного анализа для решения поставленных задач
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Учитывает тенденции развития общественных и государственных институтов в профессиональной деятельности	Знать специфику развития общественных и государственных институтов в контексте теории и практики СМИ. Уметь учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов в рекламной и PR-деятельности. Владеть навыками учета в профессиональной деятельности тенденций развития общественных и государственных институтов.
	ОПК-2.2. Освещает в создаваемых медиатекстах и	Знать специфику создания медиатекстов, медиапродуктов,

	(или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах тенденции развития общественных и государственных институтов	коммуникационных продуктов в контексте теории и практики СМИ. Уметь освещать тенденции развития общественных и государственных институтов в рекламной и PR-деятельности. Владеть навыками создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов.
--	---	--

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общие теоретические представления о массовой информации.

Исторические модели масс-медиа

Состояние массовой информации и становление системы масс-медиа в России

Информационная инфраструктура: современное состояние и функционирование

Аудитория: теоретические и исследовательские парадигмы

Информационный контент

СМИ как предприятие

Основы медиа-деятельности в контексте рекламы и связей с общественностью.

Информационное произведение как текст – жанровые разновидности

Сотрудник отдела рекламы и связей с общественностью как ключевой субъект информационного порядка в корпоративном и публичном пространстве организации

Наименование дисциплины – *Конфликтология*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Конфликтология» являются формирование у обучающихся знаний в области конфликтологии; формирование культуры поведения личности в конфликте; изучение классических и современных концепций, трактовок предмета конфликтологии, закономерностей, классификации конфликтов и причин их возникновения в различных сферах и ситуациях межличностного и профессионального взаимодействия; развитие способности применения диагностических методик выявления конфликтных личностей.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Конфликтология» относится к дисциплинам обязательной части «Дисциплины (модули)» Блока 1 (Б.1.Б.19) и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Психологические основы рекламы и связей с общественностью	Связи с общественностью в экономике, политике и переговорных процессах
	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
	Профессионально-ознакомительная практика

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и индикатор (индикаторы) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами общества для решения поставленных задач	Знает особенности работы в коллективе
	УК-3.2. Соблюдает установленные нормы и правила командной работы, несет личную ответственность за общий результат	Умеет применять современные технологии взаимодействия с членами общества для решения поставленных задач.
		Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.2. Учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности	Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе.
		Владеет навыками социального взаимодействия и работы в команде
		Знает принципы социальной ответственности, эффекты и последствия своей профессиональной деятельности
		Умеет планировать собственную профессиональную деятельность
		Владеет навыками предупреждения и урегулирования конфликтов в своей профессиональной деятельности

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Конфликтология как теория и практика
 Социальный конфликт и его виды
 Внутриличностные и межличностные конфликты
 Внутригрупповые и межгрупповые конфликты
 Стратегии поведения личности в конфликте
 Методы управления, разрешения и профилактики конфликта

Наименование дисциплины – *Разработка рекламного продукта*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Разработка рекламного продукта» является: формирование у студентов базовых компетенций, необходимых для разработки творческой концепции рекламного продукта.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Разработка рекламного продукта» относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б.1.Б.20.) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг	Разработка и проведение рекламной кампании
Теория и практика социальной рекламы	Рекламные технологии продвижения в сети Интернет
Теория и практика средств массовой информации	Технологии производства рекламного продукта
	ГИА

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. создает востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского языка, особенностями иных знаковых систем	Знает специфику производства медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов при разработке рекламного продукта. Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты. Владеет нормами русского языка, особенностями иных знаковых систем при разработке рекламного продукта.
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Выявляет запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Знает запросы и потребности общества и аудитории при разработке рекламного продукта. Умеет выявлять запросы и потребности общества и аудитории в процессе рекламной деятельности. Владеет навыками мониторинга запросов и потребностей аудитории рекламы
ПК-1. Способен осуществлять организацию продвижения коммуникационного продукта	ПК-1.1. Организует маркетинговые исследования рынка коммуникационной продукции	Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации Умеет выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на коммуникационную продукцию, существенные характеристики целевой аудитории потребителей Владеет навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке коммуникационной продукции
	ПК-1.2. Разрабатывает	Знает технологии сегментирования

	маркетинговые стратегии для коммуникационной продукции	рынка, позиционирование продукта и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций Владеет навыками разработки концепции продвижения коммуникационной продукции, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий
--	--	--

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Психология восприятия рекламного продукта потребителем.

Теория рекламы и особенности создания эффективного рекламного продукта.

Семиотика рекламы.

Основные условия и компоненты творческого процесса в рекламе.

Жанры рекламы.

Разработка стратегии рекламного текста.

Основы копирайтинга.

Функциональные, структурные и риторические особенности рекламного текста.

Взаимодействие вербальной и невербальной информации в рекламном продукте.

Принципы создания рекламного текста для различных видов рекламы.

Художественное редактирование в рекламе.

Художественный креатив в создании рекламного объявления.

Визуальные средства рекламы.

Конструирование упаковки.

Творческое производство рекламного продукта в печатных средствах массовой информации.

Творческое производство рекламного продукта в электронных средствах массовой информации.

Наименование дисциплины – *Профессиональный иностранный язык*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель учебной дисциплины «Профессиональный иностранный язык» состоит в повышении уровня владения английским языком у студентов, успешно освоивших основную образовательную программу бакалавриата по соответствующему направлению подготовки, и овладении необходимыми навыками решения профессиональных задач на иностранном языке, а также для дальнейшего профессионального образования.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина Б.1 Б.21 «Профессиональный иностранный язык» относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)» обязательной части учебного плана по направлению подготовки 42.03. 01 Реклама и связи с общественностью.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Иностранный язык	Научно-исследовательская работа

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
<p>УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном (ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p>УК-4.2. Осуществляет профессиональную коммуникацию в соответствии с потребностями совместной деятельности, включая обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия на иностранном (ых) языке (ах)</p>	<p>Знает языковой материал (лексические единицы и грамматические структуры), необходимый для академического и профессионального взаимодействия</p> <p>Умеет вести запись основных мыслей и фактов (из аудиотекстов и текстов для чтения), запись тезисов устного выступления/письменного доклада по изучаемой проблеме;</p> <p>Владеет грамматическими и лексическими категориями изучаемого (ых) иностранного (ых) языка (ов).</p>

<p>ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p>ОПК-1.2. создает востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами иностранного языка.</p>	<p>Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты. Владеет грамматическими и лексическими навыками для создания коммуникационных продуктов в соответствии с нормами иностранного языка.</p>
---	---	--

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Advantages and Disadvantages of Advertising

Types of Public Relations Advertising

The Basics of a Print Ad

Business English

Наименование дисциплины – Технологии производства рекламного продукта

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Технологии производства рекламного продукта» являются:

- формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки творческой концепции рекламного продукта;
- развитие представления об этапах, принципах и методах создания рекламного продукта в целом и его составляющих и видовом разнообразии;
- формирование навыков использования основных подходов к творческому производству и технологии разработки рекламного продукта, в том числе в печатных и электронных средствах массовой информации.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Технологии производства рекламного продукта» относится к дисциплинам обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б.1.Б.22) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Экономика рекламных и PR-агентств	Преддипломная практика
Разработка рекламного продукта	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
Информационные технологии проектирования WEB-сайтов	

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. создает востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского языка, особенностями иных знаковых систем	Знает содержание и структуру медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов в рамках рекламного производства. Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты. Владеет нормами русского языка, особенностями иных знаковых систем при производстве рекламного продукта.
ОПК- 6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	Знает основные характеристики технического оборудования и программного обеспечения, применяемых при производстве рекламного продукта Умеет отбирать техническое оборудование и программное обеспечение, необходимое для осуществления профессиональной деятельности. Владеет навыками отбора технического оборудования и программного обеспечения для производства рекламного продукта.
	ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное	Знает технологии применения современных цифровых устройств, платформ и программного

	<p>обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	<p>обеспечения в рамках рекламного производства. Умеет применять цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания коммуникационных продуктов Владеет навыками применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения в процессе производства рекламного продукта</p>
--	---	--

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Принципы создания рекламного текста для различных видов рекламы.

Художественное редактирование в рекламе.

Художественный креатив в создании рекламного объявления.

Визуальные средства рекламы.

Конструирование упаковки.

Творческое производство рекламного продукта в печатных средствах массовой информации.

Творческое производство рекламного продукта в электронных средствах массовой информации.

Наименование дисциплины – Правоведение

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Правоведение» являются формирование у обучающихся:

- базового представления об основных понятиях и категориях государства и права;
- основных правовых знаний и навыков, необходимых в будущей профессиональной деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Правоведение» относится к части Дисциплины (модули) Блок 1 (Б.1.Б.23.) и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Б.1.Б.2 Философия	Б.1.Б.13 Теория, практика и коммуникационные стратегии связей с общественностью
Б.1.Б.7 Социология	Б.1.В.7 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
Б.1.Б.1 История	Б.1.Б.18 Теория и практика средств массовой информации

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК.10 Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	УК-10-1. Соблюдает нормы права в различных сферах деятельности, а также в сфере противодействия коррупции	Знает правовые нормы в сфере профессиональной деятельности, а также в сфере противодействия коррупции Умеет анализировать правовые последствия коррупционного поведения, в том числе собственных действий или бездействий Владеет (имеет опыт): навыками работы с законодательными и другими нормативными правовыми актами
	УК-10.2 Осуществляет социальную и профессиональную деятельность на основе нетерпимого отношения к коррупционному поведению	Знает сущность и формы коррупционного поведения Умеет формировать антикоррупционное поведение Умеет использовать правомерные способы решения задач в социальной и профессиональной сферах

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Роль государства и права в жизни общества.

Норма права и нормативно-правовые акты.

Источники российского права.

Юридическая ответственность.

Конституция РФ – основной закон государства.

Понятие гражданского правоотношения. Обязательства в гражданском праве.

Трудовой договор. Трудовая дисциплина.

Административное правонарушение и ответственность.

Преступление и ответственность за его совершение.

Основы экологического права.

Наименование дисциплины – Экономика рекламных и PR-агентств

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов компетентности в области основ теории экономики рекламных и PR-агентств, а также навыков выявления закономерных тенденций в социально-экономическом развитии общества и организации работы рекламных и PR-агентств.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Экономика рекламных и PR-агентств» относится к дисциплинам обязательной части Блока 1 – Дисциплины (модули) (Б.1.Б.24) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Основы рекламы и PR	Связи с общественностью в экономике, политике и переговорных процессах
	Инновации в рекламной деятельности
	Разработка и проведение рекламной кампании
	Разработка рекламного продукта
	Маркетинг в рекламе и PR
	Производственная практика
	Преддипломная практика

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Выявляет и учитывает в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования	Знать специфику работы рекламных и PR-агентств в контексте тенденций развития медиакоммуникационных систем, региона, страны и мира. Уметь выявлять особенности экономики рекламных и PR-агентств, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования. Владеть навыками учета в профессиональной деятельности тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Предприятие в условиях рыночной экономики
 Производственные ресурсы рекламных и PR-агентств
 Экономический механизм управления рекламных и PR-агентств
 Инновационная и инвестиционная деятельность рекламных и PR-агентств
 Финансовые ресурсы рекламных и PR-агентств

ЧАСТЬ, ФОРМИРУЕМАЯ УЧАСТНИКАМИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ, - ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ (Б.1.В)

Наименование дисциплины – Креатив в рекламе

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Креатив в рекламе» являются формирование у студентов компетенций в области креатива, методах творческого мышления и способах применения креатива в рекламе.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Креатив в рекламе» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б.1. В.1) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Основы рекламы и PR	Технологии производства рекламного продукта
Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг	Разработка рекламного продукта
	Рекламные технологии продвижения в сети Интернет
	Связи с общественностью в экономике, политике и переговорных процессах
	Копирайтинг
	Профессионально-творческая практика

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-1. Способен осуществлять организацию продвижения коммуникационного продукта	ПК-1.2. Разрабатывает маркетинговые стратегии для коммуникационной продукции	Знает технологии сегментирования рынка, позиционирование продукта и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций Владеет навыками разработки концепции продвижения коммуникационной продукции, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий
ПК-2. Способен управлять информационными ресурсами	ПК-2.1. Организует работы по созданию и редактированию контента	Знает содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента Умеет распределять работы по созданию и редактированию контента Владеет навыками координации работы по созданию и редактированию контента

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Креатив и стратегия рекламы
Творческая идея и стратегия
Создание рекламного образа
Методы Мозгового штурма и Синектики
Стереотипизация в рекламе
Фанки-креатив

Наименование дисциплины – *Инновации в рекламной деятельности*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения учебной дисциплины «Инновации в рекламной деятельности» являются формирование компетентности в области инновационных технологий рекламной деятельности и навыков организации и управления рекламной деятельностью с учетом особенностей регионального рынка рекламы и конкретного предприятия/фирмы (товара/услуги).

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Инновации в рекламной деятельности» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б.1.В.2.) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг	Разработка и проведение рекламной кампании
Разработка рекламного продукта	Рекламные технологии продвижения в сети Интернет
PR-поддержка и сопровождение рекламной кампании	Технологии производства рекламного продукта
	Маркетинг в рекламе и PR
	Преддипломная практика

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Определяет совокупность задач в рамках поставленной цели	Знает требования к постановке цели и формулированию задач Умеет формулировать в рамках поставленной цели совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих её достижение; определять ожидаемые результаты решения поставленных задач.
	УК-2.2. Выбирает оптимальный способ решения поставленных задач с учетом имеющихся ресурсов, ограничений и действующих правовых норм	Знает способы решения типичных задач и критерии их оценки Знает действующие правовые нормы и ограничения, оказывающие регулирующее воздействие на определение способа решения поставленных задач Умеет проектировать решение конкретной задачи, выбирая оптимальный способ, исходя из действующих правовых норм, оценки имеющихся ресурсов с учётом ограничений Владет навыками решения типичных задач оптимальными способами
ПК-2. Способен управлять информационными ресурсами	ПК-2.1. Организует работы по созданию и редактированию контента	Знает содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента Умеет распределять работы по созданию и редактированию контента Владет навыками координации

		работы по созданию и редактированию контента
	ПК-2.2. Управляет информацией из различных источников	<p>Знает специфику работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами</p> <p>Умеет работать с большими объемами информации</p> <p>Владеет навыками осуществления общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации</p>

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основные понятия инновационной деятельности.

Инновационные процессы в рекламе.

Инновационные технологии в рекламе.

Управление инновационной деятельностью в рекламных организациях.

Разработка инновационных проектов.

Наименование дисциплины – *Политическая реклама*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Политическая реклама» являются формирование компетентности в области современной политической рекламы для организации и проведения политических PR-кампаний, а также навыков ориентации в условиях современного политического пространства.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Политическая реклама» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений – обязательные дисциплины (Б.1.В.3) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг	Теория и практика средств массовой информации
Коммуникационный консалтинг	Связи с общественностью в экономике, политике и переговорных процессах
	Организация работы со средствами массовой информации
	Преддипломная практика

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Учитывает межкультурное разнообразие в ходе мировоззренческой оценки происходящих процессов в обществе	Знает основные категории философии Знает основные исторические закономерности Умеет интерпретировать современное состояние общества с позиций межкультурного разнообразия Владеет навыками учета особенностей восприятия межкультурного разнообразия в ходе мировоззренческой оценки происходящих процессов в обществе
	УК-5.2. Анализирует современное состояние общества на основе знания истории, а также с позиций этики и философских знаний	Знает основы историко-культурного развития общества с позиции истории Знает основы развития общества с позиции этики и философии Умеет интерпретировать современное состояние общества на основе знания истории Умеет интерпретировать современное состояние общества с позиций этики и философских знаний Владеет навыками анализа исторических фактов, оценки явлений культуры
ПК-1. Способен осуществлять организацию продвижения коммуникационного продукта	ПК-1.1. Организует маркетинговые исследования рынка коммуникационной продукции	Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации Умеет выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на коммуникационную продукцию, существенные характеристики целевой аудитории потребителей Владеет навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке коммуникационной продукции
	ПК-1.2. Разрабатывает маркетинговые стратегии для	Знает технологии сегментирования рынка, позиционирование продукта и

	коммуникационной продукции	компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций Владеет навыками разработки концепции продвижения коммуникационной продукции, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий
ПК-2. Способен управлять информационными ресурсами	ПК-2.2. Управляет информацией из различных источников	Знает специфику работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами Умеет работать с большими объемами информации Владеет навыками осуществления общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Российская политическая реклама: особенности, трактовки, исследования

Нормативно-правовые основы политической рекламы

История политической рекламы

Политическая реклама современной России

Эффективность российской политической рекламы

Наименование дисциплины – *Психологические основы рекламы и связей с общественностью*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является:

- формирование у обучающихся мотивации усвоения психологических знаний в области рекламы и связей с общественностью;
- формирование у обучающихся целостного представления о специфике деятельности в области рекламы и связей с общественностью для успешной работы в сфере рекламного бизнеса и PR;
- развитие способности применения и грамотного использования рекламных и PR-средств в своей профессиональной деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Психологические основы рекламы и связей с общественностью» относится к обязательным дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б.1.В.4.) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Основы рекламы и PR	Коммуникационный консалтинг
Деловое общение и деловая коммуникация	Теория, практика и коммуникационные стратегии связей с общественностью
	Рекламная коммуникация
	Профессионально-ознакомительная практика

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами общества для решения поставленных задач	Знает особенности работы в коллективе. Умеет применять современные технологии взаимодействия с членами общества для решения поставленных задач.
	УК-3.2. Соблюдает установленные нормы и правила командной работы, несет личную ответственность за общий результат	Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия. Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе. Владеет навыками социального взаимодействия и работы в команде
ПК-2. Способен управлять информационными ресурсами	ПК-2.1. Организует работы по созданию и редактированию контента	Знает содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента Умеет распределять работы по созданию и редактированию контента Владеет навыками координации работы по созданию и редактированию контента

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основные психологические аспекты связей с общественностью

Реклама как средство психологического воздействия

Психологические особенности формирования имиджа

Рекламные и PR-коммуникации как объект психологического исследования в системе ИМК

Психология пропаганды и рекламы в средствах массовой информации

Роль рекламы и связей с общественностью в становлении и развитии личности и общества

Наименование дисциплины – Связи с общественностью в экономике, политике и переговорных процессах

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Связи с общественностью в экономике, политике и переговорных процессах» является формирование у студентов компетенций в области связей с общественностью в экономике, политике и переговорных процессах, умений анализировать процессы в ходе работы с общественностью.

1._ МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Связи с общественностью в экономике, политике и переговорных процессах» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, - обязательных дисциплин Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б.1.В.5.) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Основы рекламы и PR	Маркетинг в рекламе и PR
Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг	Технологии производства рекламного продукта
Экономика рекламных и PR-агентств	Преддипломная практика
Теория, практика и коммуникационные стратегии связей с общественностью	ГИА

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами общества для решения поставленных задач	Знает особенности работы в коллективе. Умеет применять современные технологии взаимодействия с членами общества для решения поставленных задач.
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.2. Анализирует современное состояние общества на основе знания истории, а также с позиций этики и философских знаний	Знает основы историко-культурного развития общества с позиции истории Знает основы развития общества с позиции этики и философии Умеет интерпретировать современное состояние общества на основе знания истории Умеет интерпретировать современное состояние общества с позиций этики и философских знаний Владет навыками анализа исторических фактов, оценки явлений культуры
ПК-2. Способен управлять информационными ресурсами	ПК-2.2. Управляет информацией из различных источников	Знает специфику работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами Умеет работать с большими объемами информации Владет навыками осуществления общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Функции связей с общественностью и современная структура институтов PR

PR-технологии

Связи с общественностью в экономике

Связи с общественностью в политике

Связи с общественностью в переговорных процессах

Наименование дисциплины – PR-технологии в коммерческой и некоммерческой деятельности

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины является формирование у студентов компетентности в сфере PR-технологий в деятельности коммерческих и некоммерческих организаций и навыков использования PR-инструментария в коммерческой и некоммерческой деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «PR-технологии в коммерческой и некоммерческой деятельности» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б.1.В.6.) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг	PR-поддержка и сопровождение рекламной кампании
Теория, практика и коммуникационные стратегии связей с общественностью	Организация работы со средствами массовой информации
	Связи с общественностью в экономике, политике и переговорных процессах
	Этические основы рекламы и связей с общественностью
	Преддипломная практика

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-1. Способен осуществлять организацию продвижения коммуникационного продукта	ПК-1.1. Организует маркетинговые исследования рынка коммуникационной продукции	Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации Умеет выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на коммуникационную продукцию, существенные характеристики целевой аудитории потребителей Владеет навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке коммуникационной продукции
	ПК-1.2. Разрабатывает маркетинговые стратегии для коммуникационной продукции	Знает технологии сегментирования рынка, позиционирование продукта и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций Владеет навыками разработки концепции продвижения коммуникационной продукции, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий

ПК-2. Способен управлять информационными ресурсами	ПК-2.1. Организует работы по созданию и редактированию контента	Знает содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента Умеет распределять работы по созданию и редактированию контента Владеет навыками координации работы по созданию и редактированию контента
	ПК-2.2. Управляет информацией из различных источников	Знает специфику работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами Умеет работать с большими объемами информации Владеет навыками осуществления общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Функции связей с общественностью и современная структура институтов PR

PR-технологии

Связи с общественностью в экономике

Связи с общественностью в политике

Связи с общественностью в переговорных процессах

Наименование дисциплины – Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» является овладение студентами теоретическими знаниями и практическими навыками в области профессионального функционирования отделов рекламы и связей с общественностью современных предприятий, учреждений и ведомств различных уровней и сфер хозяйствования; содержания профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; а также компетенциями в области управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью современных предприятий, учреждений и ведомств различных уровней и сфер хозяйствования.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» относится к дисциплинам части, формируемым участниками образовательных отношений Блока 1 – Дисциплины (модули) (Б.1В.7) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Экономика рекламных и PR агентств	PR-поддержка и сопровождение рекламной кампании
Основы рекламы и PR	PR-технологии в коммерческой и некоммерческой деятельности
	Разработка и проведение рекламной кампании
	Технологии производства рекламного продукта
	Преддипломная практика

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами общества для решения поставленных задач	Знает особенности работы в коллективе. Умеет применять современные технологии взаимодействия с членами общества для решения поставленных задач
	УК-3.2. Соблюдает установленные нормы и правила командной работы, несет личную ответственность за общий результат	Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия. Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе. Владеет навыками социального взаимодействия и работы в команде
ПК-2. Способен управлять информационными ресурсами	ПК-2.1. Организует работы по созданию и редактированию контента	Знает содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента Умеет распределять работы по созданию и редактированию контента Владеет навыками координации работы по созданию и редактированию контента

	ПК-2.2. Управляет информацией из различных источников	Знает специфику работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами Умеет работать с большими объемами информации Владеет навыками осуществления общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации
--	---	--

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Теоретико-методологические основы исследования организаций

Организационно-правовые и профессионально-этические основы деятельности отделов рекламы и связей с общественностью

Основные организационные структуры в связях с общественностью.

Основные направления деятельности отдела рекламы и связей с общественностью

Связи с общественностью в государственных структурах, коммерческих и некоммерческих организациях.

Коммуникативные функции и технология создания и поддержания имиджа отделом по рекламе и связях с общественностью.

Регламентация работы PR-отдела. Должностные инструкции основных сотрудников

Документооборот PR -подразделения

Технологический цикл формирования и реализации информационной и рекламной политики организации/учреждения

Базовые рабочие документы по рекламе и PR.

Проектный подход в деятельности: Команда, управление проектом

Основные подходы и формы оценки эффективности рекламной/ PR -деятельности предприятия/учреждения

Наименование дисциплины – *Разработка и проведение рекламной кампании*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является обеспечить овладение студентами теоретическими знаниями и практическими навыками по разработке и проведению рекламных кампаний в государственной, коммерческой и некоммерческой сферах деятельности.

Задачи:

- изучить основы планирования в области рекламы и связей с общественностью для разработки и проведения рекламных кампаний организаций и предприятий государственной, коммерческой и некоммерческой сфер;
- выявить и проанализировать основные подходы к определению, типологии, структуре, оценке эффективности различных форм планирования в области рекламы и связей с общественностью для разработки и проведения рекламных кампаний организаций и предприятий государственной, коммерческой и некоммерческой сфер;
- получить набор практических навыков по планированию в области рекламы и связей с общественностью для разработки и проведения рекламных кампаний организаций и предприятий государственной, коммерческой и некоммерческой сфер.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Разработка и проведение рекламной кампании» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 - «Дисциплины (модули)» (Б.1.В.8) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Теория, практика и коммуникационные стратегии связей с общественностью	Преддипломная практика
	Подготовка к процедуре защиты и защита ВКР

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Определяет совокупность задач в рамках поставленной цели	Знает требования к постановке цели и формулированию задач Умеет формулировать в рамках поставленной цели совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих её достижение; определять ожидаемые результаты решения поставленных задач.
	УК-2.2. Выбирает оптимальный способ решения поставленных задач с учетом имеющихся ресурсов, ограничений и действующих правовых норм	Знает способы решения типичных задач и критерии их оценки Знает действующие правовые нормы и ограничения, оказывающие регулирующее воздействие на определение способа решения поставленных задач Умеет проектировать решение конкретной задачи, выбирая оптимальный способ, исходя из действующих правовых норм, оценки имеющихся ресурсов с учётом ограничений Владеет навыками решения типичных задач оптимальными способами
ПК-1. Способен осуществлять организацию продвижения коммуникационного	ПК-1.1. Организует маркетинговые исследования рынка коммуникационной продукции	Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации Умеет выявлять факторы,

продукта		определяющие потребительский спрос на коммуникационную продукцию, существенные характеристики целевой аудитории потребителей Владеет навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке коммуникационной продукции
	ПК-1.2. Разрабатывает маркетинговые стратегии для коммуникационной продукции	Знает технологии сегментирования рынка, позиционирование продукта и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций Владеет навыками разработки концепции продвижения коммуникационной продукции, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Теоретико-методологические основы исследования организаций
 Организационно-правовые и профессионально-этические основы деятельности отделов рекламы и связей с общественностью
 Основные организационные структуры в связях с общественностью.
 Основные направления деятельности отдела рекламы и связей с общественностью
 Связи с общественностью в государственных структурах, коммерческих и некоммерческих организациях.
 Коммуникативные функции и технология создания и поддержания имиджа отделом по рекламе и связях с общественностью.
 Регламентация работы PR-отдела. Должностные инструкции основных сотрудников
 Документооборот PR -подразделения
 Технологический цикл формирования и реализации информационной и рекламной политики организации/учреждения
 Базовые рабочие документы по рекламе и PR.
 Проектный подход в деятельности: Команда, управление проектом
 Основные подходы и формы оценки эффективности рекламной/ PR -деятельности предприятия/учреждения

Наименование дисциплины – *Политический PR*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Политический PR» являются:

- формирование у студентов целостного представления об особенностях PR-сопровождения политических процессов;
- изучение методов и приемов организации деятельности PR-служб в практике государственных и муниципальных учреждений, политических партий и общественных объединений.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Политический PR» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б.1. В.9) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Основы рекламы и PR	Коммуникационный консалтинг
Разработка и реализация проекта	Теория и практика социальной рекламы
Психология массовых коммуникаций	Политическая реклама
Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг	Брендинг и имиджевые стратегии в рекламе и PR
Деловое общение и деловая коммуникация	Профессионально-творческая практика

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и индикатор (индикаторы) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Определяет совокупность задач в рамках поставленной цели	Знает требования к постановке цели и формулированию задач
		Умеет формулировать в рамках поставленной цели совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих её достижение; определять ожидаемые результаты решения поставленных задач.
	УК-2.2. Выбирает оптимальный способ решения поставленных задач с учетом имеющихся ресурсов, ограничений и действующих правовых норм	Знает способы решения типичных задач и критерии их оценки
		Умеет проектировать решение конкретной задачи, выбирая оптимальный способ, исходя из действующих правовых норм, оценки имеющихся ресурсов с учётом ограничений
		Владеет навыками решения типичных задач оптимальными способами
ПК-2. Способен управлять информационными ресурсами	ПК-2.2. Управляет информацией из различных источников	Знает специфику работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами
		Умеет работать с большими объемами информации
		Владеет навыками осуществления общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Связи с общественностью в политической сфере: основные понятия. Политика как социальное явление политический процесс в современной России: закономерности и особенности

Деятельность службы связей с общественностью в политической сфере: основные принципы и методика организации Государственная власть и местное самоуправление в Российской Федерации.

Основные направления и методика организации связей с общественностью в федеральных и региональных органах власти и в системе местного самоуправления

Организация деятельности службы связей с общественностью политических партий и общественно-политических организаций

Имидж как категория public relations

Наименование дисциплины – *Копирайтинг*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Копирайтинг» является формирование знаний и умений в области теоретико-прикладных основ копирайтинга и технологий работы с текстами коммерческих коммуникаций, а также компетентности в рамках анализа и оценки рекламных текстов в средствах массовой информации.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Копирайтинг» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений, - обязательные дисциплины Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б.1.В.10) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Деловое общение и деловая коммуникация	Разработка рекламного продукта
Теория и практика средств массовой информации	Технологии производства рекламного продукта
	Организация работы со средствами массовой информации
	Производственная практика
	Преддипломная практика

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах)	УК-4.1 Ведёт обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации	Знает нормы и правила государственного языка Российской Федерации Умеет коммуницировать в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации Владеет навыками обмена деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации
ПК-2. Способен управлять информационными ресурсами	ПК-2.2. Управляет информацией из различных источников	Знает специфику работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами Умеет работать с большими объемами информации Владеет навыками осуществления общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Связи с общественностью в политической сфере: основные понятия. Политика как социальное явление политический процесс в современной России: закономерности и особенности

Деятельность службы связей с общественностью в политической сфере: основные принципы и методика организации

Государственная власть и местное самоуправление в Российской Федерации.

Основные направления и методика организации связей с общественностью в федеральных и региональных органах власти и в системе местного самоуправления

Организация деятельности службы связей с общественностью политических партий и общественно-политических организаций

Имидж как категория publicrelations

Наименование дисциплины – *Рекламные технологии продвижения в сети Интернет*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Рекламные технологии продвижения в сети Интернет» является:

- получение комплексных знаний и практических навыков использования рекламных технологий продвижения в сети Интернет;
- знакомство с современной теорией и практикой интернет-рекламы; углубление знаний по направлению продвижения товаров и услуг в сети Интернет;
- овладение методиками информационного обеспечения рекламной деятельности в сети Интернет;
- изучение рынка рекламы, рекламных коммуникаций в сети Интернет.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Рекламные технологии продвижения в сети Интернет» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 – Дисциплины (модули) (Б.1.В.11) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Информационные технологии проектирования WEB-сайтов	ГИА
Теория и практика средств массовой информации	Маркетинг в рекламе и PR
Разработка и проведение рекламной кампании	Технологии производства рекламного продукта

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-1. Способен осуществлять организацию продвижения коммуникационного продукта	ПК-1.1. Организует маркетинговые исследования рынка коммуникационной продукции	Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации Умеет выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на коммуникационную продукцию, существенные характеристики целевой аудитории потребителей Владеет навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке коммуникационной продукции
	ПК-1.2. Разрабатывает маркетинговые стратегии для коммуникационной продукции	Знает технологии сегментирования рынка, позиционирование продукта и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций Владеет навыками разработки концепции продвижения коммуникационной продукции, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий
ПК-2. Способен управлять информационными ресурсами	ПК-2.1. Организует работы по созданию и редактированию контента	Знает содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента Умеет распределять работы по созданию и редактированию контента Владеет навыками координации работы по созданию и

		редактированию контента
	ПК-2.2. Управляет информацией из различных источников	Знает специфику работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами Умеет работать с большими объемами информации Владеет навыками осуществления общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Теоретические основы развития интернет-технологий

Основы интернет-рекламы

Реклама и продвижение в социальных сетях

Проектирование и разработка веб-сайтов

Создание рекламного обращения в сети Интернет

Наименование дисциплины – Организация работы со средствами массовой информации

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Организация работы со средствами массовой информации» является формирование компетенций в области медиарелейшнз, способности участвовать в процессе выпуска коммуникационного продукта.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Организация работы со средствами массовой информации» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, - обязательные дисциплины части Блока 1 - «Дисциплины (модули)» (Б.1.В.12) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Реклама в средствах массовой информации	Маркетинг в рекламе и PR
PR-поддержка и сопровождение рекламной кампании	Рекламные технологии продвижения в сети Интернет
Теория, практика и коммуникационные стратегии связей с общественностью	Преддипломная практика
Теория и практика средств массовой информации	

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Находит, интерпретирует, критически анализирует и синтезирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи	Знает сущность, свойства, виды и источники информации, методы поиска и критического анализа информации Умеет осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации; обобщать результаты анализа для решения поставленных задач Владет навыками поиска, анализа и обработки информации
ПК-1. Способен осуществлять организацию продвижения коммуникационного продукта	ПК-1.1. Организует маркетинговые исследования рынка коммуникационной продукции	Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации Умеет выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на коммуникационную продукцию, существенные характеристики целевой аудитории потребителей Владет навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке коммуникационной продукции
	ПК-1.2. Разрабатывает маркетинговые стратегии для коммуникационной продукции	Знает технологии сегментирования рынка, позиционирование продукта и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций Владет навыками разработки концепции продвижения коммуникационной продукции, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий

ПК-2. Способен управлять информационными ресурсами	ПК-2.1. Организует работу по созданию и редактированию контента	Знает содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента Умеет распределять работы по созданию и редактированию контента Владеет навыками координации работы по созданию и редактированию контента
	ПК-2.2. Управляет информацией из различных источников	Знает специфику работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами Умеет работать с большими объемами информации Владеет навыками осуществления общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Теоретические основы развития интернет-технологий

Основы интернет-рекламы

Реклама и продвижение в социальных сетях

Проектирование и разработка веб-сайтов

Создание рекламного обращения в сети Интернет

Наименование дисциплины – *Маркетинг в рекламе и PR*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Маркетинг в рекламе и PR» являются формирование у студентов компетентности в области изучения рынка рекламы, рекламных коммуникаций в маркетинге, контроля рекламно-маркетинговой деятельности и оценки её эффективности, а также навыков маркетинговых исследований (в рекламе) и информационного обеспечения рекламной деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Маркетинг в рекламе и PR» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений, - обязательные дисциплины Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б.1.В.13) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Экономика рекламных и PR-агентств	Рекламные технологии продвижения в сети Интернет
Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг	Организация работы со средствами массовой информации
Разработка рекламного продукта	Производственная практика (Преддипломная практика)

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Определяет совокупность задач в рамках поставленной цели	Знает требования к постановке цели и формулированию задач Умеет формулировать в рамках поставленной цели совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих её достижение; определять ожидаемые результаты решения поставленных задач.
	УК-2.2. Выбирает оптимальный способ решения поставленных задач с учетом имеющихся ресурсов, ограничений и действующих правовых норм	Знает способы решения типичных задач и критерии их оценки Знает действующие правовые нормы и ограничения, оказывающие регулирующее воздействие на определение способа решения поставленных задач Умеет проектировать решение конкретной задачи, выбирая оптимальный способ, исходя из действующих правовых норм, оценки имеющихся ресурсов с учётом ограничений Владеет навыками решения типичных задач оптимальными способами
ПК-1. Способен осуществлять организацию продвижения коммуникационного продукта	ПК-1.1. Организует маркетинговые исследования рынка коммуникационной продукции	Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации Умеет выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на коммуникационную продукцию, существенные характеристики целевой аудитории

		<p>потребителей</p> <p>Владеет навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке коммуникационной продукции</p>
	<p>ПК-1.2. Разрабатывает маркетинговые стратегии для коммуникационной продукции</p>	<p>Знает технологии сегментирования рынка, позиционирование продукта и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов</p> <p>Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций</p> <p>Владеет навыками разработки концепции продвижения коммуникационной продукции, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий</p>

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Эволюция представлений о маркетинге в рекламе

Исследование рекламы и продвижения.

Информационное обеспечение рекламной деятельности

Рынок рекламы

Рекламные коммуникации в маркетинге

Разработка эффективных рекламных и PR стратегий

Контроль рекламно-маркетинговой деятельности и оценка её эффективности

Наименование дисциплины – *Бизнес-планирование в рекламной и пиар деятельности*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины являются: формирование у студентов необходимых компетенций в области Бизнес-планирования в рекламной и пиар деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Бизнес-планирование в рекламной и PR деятельности» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 - «Дисциплины (модули)» (Б.1.В.14) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Экономика рекламных и PR-агентств	PR-технологии в коммерческой и некоммерческой деятельности
Основы рекламы и PR	Теория и практика средств массовой информации
	Инновации в рекламной деятельности
	Технологии производства рекламного продукта
	Маркетинг в рекламе и PR
	Профессионально-творческая практика

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Находит, интерпретирует, критически анализирует и синтезирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи	Знает сущность, свойства, виды и источники информации, методы поиска и критического анализа информации Умеет осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации; обобщать результаты анализа для решения поставленных задач Владеет навыками поиска, анализа и обработки информации
	УК-1.2. Использует системный подход для решения поставленных задач	Знает сущность и принципы системного подхода Умеет анализировать задачу с использованием системного подхода Владеет навыками системного анализа для решения поставленных задач
ПК-1. Способен осуществлять организацию продвижения коммуникационного продукта	ПК-1.2. Разрабатывает маркетинговые стратегии для коммуникационной продукции	Знает технологии сегментирования рынка, позиционирование продукта и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций Владеет навыками разработки концепции продвижения коммуникационной продукции, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий
ПК-2. Способен управлять информационными ресурсами	ПК-2.2. Управляет информацией из различных источников	Знает специфику работы с агрегаторами новостей, электронными подписками,

		социальными сетями, форумами Умеет работать с большими объемами информации Владеет навыками осуществления общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации
--	--	--

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Теоретические основы бизнес-планирования

Место бизнес-плана в управлении организацией/проектом и его особенности

Исследование процесса бизнес-планирования

Методические основания бизнес-планирования

Базовая методика бизнес-планирования

Оценка эффективности инвестиционного проекта: сущность и показатели.

Наименование дисциплины – *Искусство деловой презентации*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Искусство деловой презентации» являются:

- формирование у обучающихся мотивации усвоения знаний в области деловой презентации;
- формирование у обучающихся целостного представления об основных элементах успешной презентации себя как специалиста, современных технологиях презентации рекламного и PR продукта;
- развитие способности применения коммуникативных методов и приемов деловой презентации в профессиональной сфере.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Искусство деловой презентации» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений, - обязательные дисциплины Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б.1.В.15) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Деловое общение и деловая коммуникация	Реклама в средствах массовой информации
Основы рекламы и PR	Разработка рекламного продукта
	Профессионально-творческая практика

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и индикатор (индикаторы) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах)	УК-4.1. Ведёт обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации	Знает нормы и правила государственного языка Российской Федерации
		Умеет коммуницировать в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации
		Владеет навыками обмена деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации
ПК-2. Способен управлять информационными ресурсами	ПК-2.1. Организует работу по созданию и редактированию контента	Знает содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента
		Умеет распределять работы по созданию и редактированию контента
		Владеет навыками координации работы по созданию и редактированию контента
	ПК-2.2. Управляет информацией из различных источников	Знает специфику работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами
		Умеет работать с большими объемами информации
		Владеет навыками осуществления общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Эволюция представлений о маркетинге в рекламе
 Исследование рекламы и продвижения.
 Информационное обеспечение рекламной деятельности
 Рынок рекламы
 Рекламные коммуникации в маркетинге
 Разработка эффективных рекламных и PR стратегий
 Контроль рекламно-маркетинговой деятельности и оценка её эффективности

Наименование дисциплины – Информационно-коммуникационные технологии в рекламе и PR

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Информационно-коммуникационные технологии в рекламе и PR» являются: формирование компетентности в области профессиональной деятельности специалиста в сфере коммуникаций; изучение функционирования интегрированных коммуникаций; знания принципов и проблем интеграции технологий и приемов продвижения в единую (маркетинговую) коммуникативную стратегию субъекта рынка/общества, обеспечивающее успешность организации в соответствующем сегменте рынка.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Информационно-коммуникационные технологии в рекламе и PR» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, – обязательные дисциплины Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б.1.В.16) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Психологические основы рекламы и связей с общественностью Экономика рекламных и PR-агентств	Брендинг и имиджовые стратегии в рекламе и PR Инновации в рекламной деятельности Связи с общественностью в экономике, политике и переговорных процессах Разработка рекламного продукта Рекламные технологии продвижения в сети Интернет Маркетинг в рекламе и PR Технологии производства рекламного продукта Профессионально-творческая практика

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Находит, интерпретирует, критически анализирует и синтезирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи	Знает сущность, свойства, виды и источники информации, методы поиска и критического анализа информации Умеет осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации; обобщать результаты анализа для решения поставленных задач Владеет навыками поиска, анализа и обработки информации
	УК-1.2. Использует системный подход для решения поставленных задач	Знает сущность и принципы системного подхода Владеет навыками системного анализа для решения поставленных задач
ПК-2. Способен управлять информационными ресурсами	ПК-2.1. Организует работу по созданию и редактированию контента	Знает содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента Умеет распределять работы по созданию и редактированию контента Владеет навыками координации работы по созданию и редактированию контента

	ПК-2.2. Управляет информацией из различных источников	Знает специфику работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами Умеет работать с большими объемами информации Владеет навыками осуществления общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации
--	---	--

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Коммуникативные технологии: сущность, разновидности, методы

Спиндокторинг как искусство информационного освещения события

Управление новостью в журналистике и PR (стратегии новостного менеджмента)

Коммуникативные технологии информационных и психологических войн

Спичрайтинг в структуре современных коммуникативных технологий

Наименование дисциплины – *Реклама в средствах массовой информации*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Реклама в средствах массовой информации» является приобретение компетентности в области теории и технологий рекламы в средствах массовой информации; информационного сопровождения рекламной кампании с помощью СМИ; анализа и проектирования коммуникативной среды рекламной кампании; эффективного взаимодействия со СМИ специалиста по рекламе и пресс-службы.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Реклама в средствах массовой информации» изучается как дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений, - обязательные дисциплины Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б.1.В.17) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Основы рекламы и PR	Политическая реклама
Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг	Планирование и проведение рекламной кампании
	Этические основы рекламы и связей с общественностью
	Технологии производства рекламного продукта
	Разработка и проведение рекламной кампании
	Копирайтинг
	Рекламные технологии продвижения в сети Интернет
	Производственная практика

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах)	УК-4.1 Ведёт обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации	Знает нормы и правила государственного языка Российской Федерации Умеет коммуницировать в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации Владеет навыками обмена деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации
ПК-2. Способен управлять информационными ресурсами	ПК-2.1. Организует работы по созданию и редактированию контента	Знает содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента Умеет распределять работы по созданию и редактированию контента Владеет навыками координации работы по созданию и редактированию контента
	ПК-2.2. Управляет информацией из различных источников	Знает специфику работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами Умеет работать с большими объемами информации Владеет навыками осуществления общей оценки значимости и

		приоритетности информации	получаемой
--	--	---------------------------	------------

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

История рекламы и средств массовой информации

Правовое регулирование рекламы в средствах массовой информации

Природа и воздействие СМИ на массовую аудиторию

Реклама в коммуникационном процессе

Рекламный менеджмент СМИ

Планирование и управление на стадии производства и распространения рекламы в СМИ

Наименование дисциплины – *Рекламная коммуникация*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины являются формирование компетентности в области изучения и функционирования рекламных коммуникаций и навыков взаимодействия с помощью различных каналов коммуникации в соответствующих сегментах рынка.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Рекламная коммуникация» изучается как дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 – Дисциплины (модули) (Б.1.В.18) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Основы рекламы и PR	Брендинг и имиджевые стратегии в рекламе и PR
Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшенз, брендинг	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
Деловое общение и деловая коммуникация	Политическая реклама
	Рекламные технологии продвижения в сети Интернет
	Производственная практика

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах)	УК-4.1 Ведёт обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации	Знает нормы и правила государственного языка Российской Федерации Умеет коммуницировать в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации Владет навыками обмена деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации
ПК-1. Способен осуществлять организацию продвижения коммуникационного продукта	ПК-1.2. Разрабатывает маркетинговые стратегии для коммуникационной продукции	Знает технологии сегментирования рынка, позиционирование продукта и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций Владет навыками разработки концепции продвижения коммуникационной продукции, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Введение в рекламные коммуникации
Структура коммуникационного пространства
Реклама и общество
Реклама в системе маркетинговых коммуникаций
Средства распространения рекламы
Основы разработки рекламных обращений

Наименование дисциплины – *Брендинг и имиджевые стратегии в рекламе и PR*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Брендинг и имиджевые стратегии в рекламе и PR» являются:

- получить комплексные знания о брендинге и практические навыки применения имиджевых стратегий в рекламе и PR;
- формирование представлений о бренде как социально-культурном феномене;
- изучение особенностей создания и продвижения бренда.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Брендинг и имиджевые стратегии в рекламе и PR» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 – Дисциплины (модули) (Б.1.В.19) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг	PR-поддержка и сопровождение рекламной кампании
Основы рекламы и PR	PR-технологии в коммерческой и некоммерческой деятельности
	Разработка и проведение рекламной кампании
	Разработка рекламного продукта

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Определяет совокупность задач в рамках поставленной цели	Знает требования к постановке цели и формулированию задач Умеет формулировать в рамках поставленной цели совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих её достижение; определять ожидаемые результаты решения поставленных задач.
	УК-2.2. Выбирает оптимальный способ решения поставленных задач с учетом имеющихся ресурсов, ограничений и действующих правовых норм	Знает способы решения типичных задач и критерии их оценки Знает действующие правовые нормы и ограничения, оказывающие регулирующее воздействие на определение способа решения поставленных задач Умеет проектировать решение конкретной задачи, выбирая оптимальный способ, исходя из действующих правовых норм, оценки имеющихся ресурсов с учётом ограничений Владеет навыками решения типичных задач оптимальными способами
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Использует инструменты и методы управления своим временем для достижения поставленных целей	Знает инструменты и методы управления своим временем Умеет выбирать наиболее эффективные способы управления временем Владеет навыками эффективного использования своего времени для достижения поставленных целей
ПК-1. Способен осуществлять организацию продвижения коммуникационного	ПК-1.1. Организует маркетинговые исследования рынка коммуникационной продукции	Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации Умеет выявлять факторы, определяющие

продукта		<p>потребительский спрос на коммуникационную продукцию, существенные характеристики целевой аудитории потребителей</p> <p>Владеет навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке коммуникационной продукции</p>
	ПК-1.2. Разрабатывает маркетинговые стратегии для коммуникационной продукции	<p>Знает технологии сегментирования рынка, позиционирование продукта и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов</p> <p>Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций</p> <p>Владеет навыками разработки концепции продвижения коммуникационной продукции, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий</p>
ПК-2. Способен управлять информационными ресурсами	ПК-2.1. Организует работы по созданию и редактированию контента	<p>Знает содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента</p> <p>Умеет распределять работы по созданию и редактированию контента</p> <p>Владеет навыками координации работы по созданию и редактированию контента</p>
	ПК-2.2. Управляет информацией из различных источников	<p>Знает специфику работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами</p> <p>Умеет работать с большими объемами информации</p> <p>Владеет навыками осуществления общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации</p>

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Введение в системный брендинг

Управление портфелем брендов и стратегии брендинга в рекламе и PR

Бренд как психологический конструкт

Современный психологический инструментарий брендинга

Поведение потребителя и процесс выбора бренда

Бренд как социально-культурный феномен

Наименование дисциплины - *Основы этнопсихологии и общения в поликультурной среде*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины являются:

1. Формирование у студентов представления об этнопсихологии как междисциплинарной области знания, изучающей психологические особенности человека в единстве общечеловеческого и культурно-специфического
2. Подготовка студентов к профессиональной деятельности в условиях поликультурной среды;
3. Выработка у студентов умений в сфере общения с представителями разных этнических культур.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, - обязательные дисциплины (Б1.В.20) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Социология	Политическая реклама
История	
Философия	

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Учитывает межкультурное разнообразие в ходе мировоззренческой оценки происходящих процессов в обществе	Знает основные исторические закономерности Умеет интерпретировать современное состояние общества с позиций межкультурного разнообразия Владеет навыками учета особенностей восприятия межкультурного разнообразия в ходе мировоззренческой оценки происходящих процессов в обществе

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Этнопсихология как отрасль научного знания.

Этнопсихологические характеристики личности.

Этническая идентичность личности и этническая картина мира.

Региональные особенности и условия формирования национального самосознания.

Национально-психологические особенности народов мира.

Понятие и сущность межэтнических коммуникаций.

Факторы ситуации общения, обусловленные культурой. Общение в различных этнических и культурных контекстах.

ЭЛЕКТИВНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ) по физической культуре и спорту (Б.1.ДВ)

Наименование дисциплины – *Физическая культура и спорт (общая физическая подготовка)*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Физическая культура и спорт (общая физическая подготовка)» являются:

- формирование у студентов физической культуры личности;
- формирование способности направленного использования разнообразных средств физической культуры и спорта для сохранения и укрепления здоровья, а также успешной профессиональной деятельности.

1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП БАКАЛАВРИАТА

Дисциплина «Физическая культура и спорт (общая физическая подготовка)» относится к Элективным дисциплинам (модулям) по физической культуре и спорту.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Безопасность жизнедеятельности	

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и индикатор (индикаторы) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-7 - Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.1 - Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания должного уровня физической подготовленности с учетом физиологических особенностей организма	Знает* теоретические и методические основы физической культуры для укрепления здоровья и успешной профессиональной деятельности Умеет использовать средства и методы физической культуры для укрепления здоровья, профессионально-личностного развития и физического самосовершенствования Владеет навыками сохранения и укрепления здоровья, физического самосовершенствования

* для обучающихся, освобожденных по состоянию здоровья от практических занятий.

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

- Общеразвивающие упражнения (для плечевого пояса)
- Общеразвивающие упражнения (для брюшного пресса и мышц ног)
- Общеразвивающие упражнения (на развитие быстроты, мышц ног, плечевого пояса)
- Общеразвивающие упражнения (на развитие мышц спины, рук, ног)
- Общеразвивающие упражнения (на развитие мышц туловища)
- Общая физическая подготовка

Наименование дисциплины – *Физическая культура и спорт (легкая атлетика)*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Физическая культура и спорт (легкая атлетика)» являются:

- формирование у студентов физической культуры личности;
- формирование способности направленного использования разнообразных средств физической культуры и спорта для сохранения и укрепления здоровья, а также успешной профессиональной деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП БАКАЛАВРИАТА

Дисциплина «Физическая культура и спорт (легкая атлетика)» относится к Элективным дисциплинам (модулям) по физической культуре и спорту.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Безопасность жизнедеятельности	

5. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и индикатор (индикаторы) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-7 - Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.1 - Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания должного уровня физической подготовленности с учетом физиологических особенностей организма	Знает* теоретические и методические основы физической культуры для укрепления здоровья и успешной профессиональной деятельности Умеет использовать средства и методы физической культуры для укрепления здоровья, профессионально-личностного развития и физического самосовершенствования Владеет навыками сохранения и укрепления здоровья, физического самосовершенствования

* для обучающихся, освобожденных по состоянию здоровья от практических занятий.

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общеразвивающие упражнения (для плечевого пояса)

Общеразвивающие упражнения (для брюшного пресса и мышц ног)

Общеразвивающие упражнения (на развитие быстроты, мышц ног, плечевого пояса)

Общеразвивающие упражнения (на развитие мышц спины, рук, ног)

Общеразвивающие упражнения (на развитие мышц туловища)

Легкая атлетика

Наименование дисциплины – *Компьютерные технологии в рекламе*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Основной целью освоения дисциплины «Компьютерные технологии в рекламе» является компетентностная подготовка студентов в соответствии с требованиями ФГОС, в том числе, ознакомление и расширение знаний о выбранной ими профессии, об особенностях профессиональной деятельности.

Целью освоения дисциплины «Компьютерные технологии в рекламе» является овладение компьютерными технологиями для использования их в рекламе.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Дисциплина «Компьютерные технологии в рекламе» относится к элективным дисциплинам (модулям) части, формируемой участниками образовательных отношений, по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б.1.ДВ.1.) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Приобретённые в ходе изучения данной дисциплины теоретические знания должны быть закреплены студентами при прохождении соответствующих дисциплин и видов практики.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Б.1.В.16 Информационно-коммуникационные технологии в рекламе и PR	

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и индикатор (индикаторы) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Находит, интерпретирует, критически анализирует и синтезирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи	Знает сущность, свойства, виды и источники информации, методы поиска и критического анализа информации в рекламной деятельности Умеет осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации; обобщать результаты анализа для решения поставленных задач Владеет навыками поиска, анализа и обработки информации в рекламной деятельности
	УК-1.2. Использует системный подход для решения поставленных задач	Знает сущность и принципы системного подхода Владеет навыками системного анализа для решения поставленных задач в области рекламы
ПК-2. Способен управлять информационными ресурсами	ПК-2.1. Организует работу по созданию и редактированию контента	Знает содержание и методы решения задач по созданию и редактированию рекламного контента Умеет распределять работы по созданию и редактированию рекламного контента Владеет навыками координации работы по созданию и редактированию рекламного контента
	ПК-2.2. Управляет информацией из различных источников	Знает специфику работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами Умеет работать с большими объемами информации Владеет навыками осуществления общей оценки значимости и приоритетности получаемой профессиональной информации

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Компьютерные технологии в рекламной деятельности: сущность, предпосылки и значение использования

Аппаратные средства ПК для обработки информации в рекламе
Программное обеспечение компьютерных рекламных технологий
Компьютерная графика в рекламе
Системы мультимедиа, компьютерная обработка аудиовизуальных материалов в рекламе.

Наименование дисциплины – *Этические основы рекламы и связей с общественностью*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями дисциплины «Этические основы рекламы и связей с общественностью» являются:

-формирование у обучающихся навыков и умений в сфере этических основ общения, этических норм, форм и требований этикета, в том числе делового, сложившихся на основе исторической практики и закрепленных в нормативных документах и международных конвенциях;

-формирование у будущих работников сферы рекламы и связей с общественностью компетенций в области этического кодекса профессии, этических основ общения и современной деловой культуры, деловой этики.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Этические основы рекламы и связей с общественностью» - элективная дисциплина (модуль) относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений, по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б.1.ДВ.1.) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Психологические основы рекламы и связей с общественностью	
Связи с общественностью в экономике, политике и переговорных процессах	

2.
3.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.2. Выбирает оптимальный способ решения поставленных задач с учетом имеющихся ресурсов, ограничений и действующих правовых норм	Знает способы решения типичных задач и критерии их оценки Умеет проектировать решение конкретной задачи, выбирая оптимальный способ, исходя из действующих правовых норм, оценки имеющихся ресурсов с учётом ограничений Владеет навыками решения типичных задач оптимальными способами
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.2. Соблюдает установленные нормы и правила командной работы, несет личную ответственность за общий результат	Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия. Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе. Владеет навыками социального взаимодействия и работы в команде
ПК-2. Способен управлять информационными ресурсами	ПК-2.1. Организует работу по созданию и редактированию контента	Знает содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента Умеет распределять работы по созданию и редактированию контента Владеет навыками координации работы по созданию и редактированию контента

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основные принципы этики. Этика делового общения

Межличностная коммуникация. Этические аспекты общения работника с клиентом

Групповая и массовая коммуникация. Деловое общение в рабочей группе

Стиль руководства. Этические проблемы руководства

Этические основы конфликтов и пути их разрешения

Наименование дисциплины – *Тренинг коммуникативных навыков*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Тренинг коммуникативных навыков» являются: формирование у обучающихся мотивации к усвоению знаний и компетентности в области коммуникации.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Тренинг коммуникативных навыков» относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, - элективные дисциплины (модули) Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б.1.ДВ.2) ОПОП и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Профессионально-ознакомительная практика	Теория, практика и коммуникационные стратегии связей с общественностью
	Теория и практика социальной рекламы
	Конфликтология

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами общества для решения поставленных задач	Знает особенности работы в коллективе. Умеет применять современные технологии взаимодействия с членами общества для решения поставленных задач.
	УК-3.2. Соблюдает установленные нормы и правила командной работы, несет личную ответственность за общий результат	Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия. Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе. Владеет навыками социального взаимодействия и работы в команде

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общение как взаимодействие с членами общества

Установка и поддержка контактов, обеспечивающих успешную работу в коллективе

Работа с возражениями. Общение с трудными людьми

Публичное выступление как коммуникативный акт

Как познакомиться с кем угодно и выстроить отношения.

Имидж

Наименование дисциплины – *Тренинг продаж*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Тренинг продаж» является обучение студентов эффективным приемам продаж на профессиональном уровне и техникам управления продажами; формирование у студентов целостного, системного знания о работе с покупателем продукта (услуги) и практических навыков успешной самопрезентации и презентации продуктов (услуг).

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Тренинг продаж» относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, - элективные дисциплины (модули) Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б.1.ДВ.2) ОПОП и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Профессионально-ознакомительная практика	Теория, практика и коммуникационные стратегии связей с общественностью
	Теория и практика социальной рекламы
	Конфликтология

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами общества для решения поставленных задач	Знает особенности работы в коллективе. Умеет применять современные технологии взаимодействия с членами общества для решения поставленных задач.
	УК-3.2. Соблюдает установленные нормы и правила командной работы, несет личную ответственность за общий результат	Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия. Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе. Владет навыками социального взаимодействия и работы в команде

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Введение в тренинг

Привлечение внимания и установление контакта с клиентом

Обслуживание клиента. Консультации по продукту (услуге)

Преодоление возражений и работа с препятствиями

Методы организации продаж группе «Трудные клиенты»

Завершение продажи

Эмоциональная готовность к продажам. Эффективные продажи по телефону.

Завершение тренинга

Наименование дисциплины – *Методы коммуникации в кросскультурном пространстве*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения учебной дисциплины «Методы коммуникации в кросскультурном пространстве»:

- обучение студентов теоретическим и практическим знаниям в области межкультурной коммуникации, усвоение знаний по вопросам развития восприимчивости и адекватной интерпретации вербального и невербального поведения в культурах Запада и Востока;
- формирование практических навыков эффективного взаимодействия с представителями западных и восточных культур в области рекламы и связей с общественностью.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Методы коммуникации в кросскультурном пространстве» относится к дисциплинам части. Формируемой участниками образовательных отношений, - элективные дисциплины (модули) Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б.1.ДВ.3.) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг	Связи с общественностью в экономике, политике и переговорных процессах
Коммуникационный консалтинг	Рекламные технологии продвижения в сети Интернет
Теория и практика средств массовой информации	Технологии производства рекламного продукта

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах)	УК-4.1 Ведёт обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации	Знает нормы и правила государственного языка Российской Федерации Умеет коммуницировать в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации Владеет навыками обмена деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Межкультурная коммуникация как научная дисциплина
Феномен культуры и ее составляющие
Этнонациональные аспекты культуры
Коммуникация в разных культурах
Межкультурные различия при употреблении языка
Взаимозависимость глобальных процессов и межкультурного взаимодействия
Теоретико-прикладной аспект межкультурной коммуникации
Кросскультурные тренинги

Наименование дисциплины – *Профессиональный перевод рекламных текстов*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения учебной дисциплины «Профессиональный перевод рекламных текстов» являются: совершенствование знания иностранного языка посредством формирования переводческой компетенции, понимаемой как умение извлекать информацию из текста на одном языке и передавать ее путем создания текста на другом языке, и применения ее в различных видах профессиональной деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Профессиональный перевод рекламных текстов» относится к блоку обязательных дисциплин в части, формируемой участниками образовательных отношений, - элективные дисциплины (модули) ДВ. 3 Б.1.ДВ.3«Дисциплины (модули)» ОПОП.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Иностранный язык, Профессиональный иностранный язык.	Тренинг коммуникативных навыков

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах)	УК-4.2 Ведёт обмен деловой информацией в устной и письменной формах не менее чем на одном иностранном языке	Знает нормы и правила иностранного языка Умеет коммуницировать в устной и письменной формах на иностранном языке Владеет навыками обмена деловой информацией в устной и письменной формах на иностранном языке

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Особенности перевода рекламных текстов

Дифференциация вокабуляра

Лексико-фразеологические стилистические приемы и выразительные средства перевода рекламных текстов.

Синтаксические выразительные средства и стилистические приемы.

Анализ перевода рекламных текстов

Наименование дисциплины – *Планирование и проведение рекламной кампании*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Планирование и проведение рекламной кампании» является овладение студентами теоретическими знаниями и практическими навыками по планированию и управлению рекламными проектами и кампаниями.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Планирование и проведение рекламной кампании» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений, - элективные дисциплины (модули) Блока 1 - «Дисциплины (модули)» (Б.1.ДВ.4) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг	PR-поддержка и сопровождение рекламной кампании
Экономика рекламных и PR-агентств	Рекламные технологии продвижения в сети Интернет
Бизнес-планирование в рекламной и пиар деятельности	Разработка и проведение рекламной кампании
Основы рекламы и PR	Преддипломная практика
Производственная практика	

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения	
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Определяет совокупность задач в рамках поставленной цели	Знает	требования к постановке цели и формулированию задач
		Умеет	формулировать в рамках поставленной цели совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих её достижение; определять ожидаемые результаты решения поставленных задач.
	УК-2.2. Выбирает оптимальный способ решения поставленных задач с учетом имеющихся ресурсов, ограничений и действующих правовых норм	Знает	способы решения типичных задач и критерии их оценки
		Умеет	проектировать решение конкретной задачи, выбирая оптимальный способ, исходя из действующих правовых норм, оценки имеющихся ресурсов с учётом ограничений
		Владет	навыками решения типичных задач оптимальными способами
ПК-1. Способен осуществлять организацию продвижения коммуникационного продукта	ПК-1.1. Организует маркетинговые исследования рынка коммуникационной продукции	Знает	основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации
		Умеет	выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на коммуникационную продукцию,

		Владет	<p>существенные характеристики целевой аудитории потребителей</p> <p>навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке коммуникационной продукции</p>
	ПК-1.2. Разрабатывает маркетинговые стратегии для коммуникационной продукции	<p>Знает</p> <p>Умеет</p> <p>Владет</p>	<p>технологии сегментирования рынка, позиционирование продукта и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов</p> <p>интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций</p> <p>навыками разработки концепции продвижения коммуникационной продукции, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий</p>

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Место рекламной кампании в стратегическом развитии организации

Бренд и фирменный стиль в рекламе

Основы подготовки и планирования рекламных кампаний

Коммуникационные каналы размещения рекламы

Контроль проведения и оценка эффективности рекламной кампании

Дополнительные факторы, влияющие на эффективность рекламной кампании

Наименование дисциплины – Реклама в туризме

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения учебной дисциплины «Реклама в Туризме» является формирование у студентов компетенций в сфере технологий рекламы и связей с общественностью как инструментов продвижения услуг в туризме.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Дисциплина «Реклама в туризме» относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, - элективные дисциплины (модули) блока 1 - «Дисциплины (модули)» (Б.1.ДВ.4) ООП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Экономика рекламных и PR-агентств	Организация и практика работы рекламного агентства
Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
Психология рекламы	Брендинг и имиджевые стратегии в рекламе и PR
	Информационные технологии проектирования WEB-сайтов

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.2. Выбирает оптимальный способ решения поставленных задач с учетом имеющихся ресурсов, ограничений и действующих правовых норм	Знать способы решения типичных задач и критерии их оценки Уметь проектировать решение конкретной задачи, выбирая оптимальный способ, исходя из действующих правовых норм, оценки имеющихся ресурсов с учётом ограничений Владеть навыками решения типичных задач оптимальными способами
ПК-2. Способен управлять информационными ресурсами	ПК-2.2. Управляет информацией из различных источников	Знать специфику работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами Уметь работать с большими объемами информации Владеть навыками осуществления общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Реклама и связи с общественностью в структуре маркетинговых коммуникаций

Правовое регулирование рекламной деятельности

Средства распространения рекламы.

Основные принципы и особенности рекламной деятельности в социокультурном сервисе.

Организация и планирование рекламной кампании на предприятиях социальнокультурного сервиса

Основы разработки рекламных сообщений

Корпоративный имидж, брендинг и фирменный стиль

Технологии связей с общественностью

Наименование дисциплины – *Разработка и реализация проекта*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Разработка и реализация проекта» являются:

- формирование у обучающихся представлений о содержании и структуре социального или рекламного проекта;
- формирование у обучающихся целостного представления о проектной деятельности;
- развитие способности к разработке и реализации рекламного проекта.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Дисциплина «Разработка и реализация проекта» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений - элективные дисциплины (модули)(Б.1.ДВ.5) ОПОП по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Основы рекламы и PR	Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг
	Теория, практика и коммуникационные стратегии связей с общественностью
	Технологии производства рекламного продукта
	Профессионально-ознакомительная практика

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и индикатор (индикаторы) достижения компетенции	
ПК-2. Способен управлять информационными ресурсами	ПК-2.1. Организует работы по созданию и редактированию контента	Знает содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента Умеет распределять работы по созданию и редактированию контента Владет навыками координации работы по созданию и редактированию контента
	ПК-2.2. Управляет информацией из различных источников	Знает специфику работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами Умеет работать с большими объемами информации Владет навыками осуществления общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

- Наружная реклама
- Производство печатной продукции
- Рекламная сувенирная продукция
- Режиссура рекламного клипа
- Рекламное портфолио

Наименование дисциплины – Психология массовых коммуникаций

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Психология массовых коммуникаций» являются:

- формирование у обучающихся мотивации усвоения знаний в области психологии массовых коммуникаций;
- формирование у обучающихся целостного представления о современных социально-психологических исследованиях в области массовой коммуникации;
- развитие способности применения методов социально-психологических исследований массовой коммуникации.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, - элективные дисциплины (модули) Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б.1.ДВ.5) ОПОП и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
	Деловое общение и деловая коммуникация
	Социология
	Психологические основы рекламы и связей с общественностью
	Конфликтология
	Основы этнопсихологии и общения в поликультурной среде

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Формируемые компетенции (код компетенции, наименование)	Планируемые результаты обучения	
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами общества для решения поставленных задач	Знает особенности работы в коллективе. Умеет применять современные технологии взаимодействия с членами общества для решения поставленных задач.
ПК-1. Способен осуществлять организацию продвижения коммуникационного продукта	ПК-1.1. Организует маркетинговые исследования рынка коммуникационной продукции	Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации Умеет выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на коммуникационную продукцию, существенные характеристики целевой аудитории потребителей Владеет навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке коммуникационной продукции

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Введение в психологию массовых коммуникаций

Психология коммуникатора

Аудитория как социально-психологический феномен

Психология процесса коммуникации

Психология творчества в системе массовой коммуникации

Опыт работы с современными средствами массовой коммуникации

БЛОК 2. ПРАКТИКА

Вид и тип практики - Учебная (Профессионально-ознакомительная практика)

1. ЦЕЛЬ ПРАКТИКИ

Целями практики по получению первичных профессиональных умений и навыков у студентов направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью являются: получение первичных профессиональных умений и навыков в профессиональной деятельности.

Представленные выше цели практики, соотносятся с общими целями ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, в частности с:

- развитием у студентов личностных качеств, а также формированием общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению подготовки;

- развитием у студентов личностных качеств, способствующих их творческой активности, общекультурному росту и социальной мобильности: целеустремленности, организованности, трудолюбия, ответственности, самостоятельности, гражданственности, приверженности этическим ценностям, толерантности, настойчивости в достижении цели на основе принципов гуманистической школы;

- формированием у студентов целостного представления о содержании, видах и формах профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью;

- формированием общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению подготовки, позволяющих выпускнику успешно работать в избранной сфере деятельности и быть устойчивым на рынке труда в соответствии с потребностями рынка труда Ставропольского края, Северо-Кавказского и Южного федерального округов.

2. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков относится к Блоку 2 «Практики», виду – учебная практика (Б.2.У.1 Профессионально-ознакомительная практика) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям, приобретенным в результате освоения предшествующих частей ООП и необходимым при освоении данной практики: студент должен:

- знать основные понятия рекламы и PR, экономики рекламных и PR-агентств, интегрированных коммуникаций; методы сбора информации, необходимой для конструирования медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; а также должен быть знаком с основами философских, экономических и правовых знаний;

- уметь анализировать и оценивать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения; принимать участие в организации и проведении мониторинга основных рекламных носителей, для оценки оптимальности их расположения или использования.

- владеть основами самоорганизации и самообразования; навыками делового общения и деловой коммуникации.

Ниже приведены те теоретические дисциплины и практики, для которых прохождение данной практики необходимо как предшествующее.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
<i>Деловое общение и деловая коммуникация</i>	<i>Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью</i>
<i>Экономика рекламных и PR-агентств</i>	<i>PR-поддержка и сопровождение рекламной кампании</i>
<i>Основы рекламы и PR</i>	<i>Производственная (профессионально-творческая) практика</i>
<i>Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшенз, брендинг</i>	<i>Преддипломная практика</i>

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ПРАКТИКЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Находит, интерпретирует, критически анализирует и синтезирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи	Умеет осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации; обобщать результаты анализа для решения поставленных задач Владеет навыками поиска, анализа

		и обработки информации
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.2. Соблюдает установленные нормы и правила командной работы, несет личную ответственность за общий результат	Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе. Владеет навыками социального взаимодействия и работы в команде
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Использует инструменты и методы управления своим временем для достижения поставленных целей	Умеет выбирать наиболее эффективные способы управления временем Владеет навыками эффективного использования своего времени для достижения поставленных целей
	УК-6.2. Определяет задачи и траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни, предпринимает меры по её реализации	Умеет эффективно планировать и контролировать собственное время. Владеет навыками управления собственным временем.
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Выявляет запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Умеет отвечать на потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности в ходе профессионально-ознакомительной практики Владеет навыками мониторинга запросов общества и аудитории в профессиональной деятельности в ходе профессионально-ознакомительной практики
ОПК 5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1 Выявляет и учитывает в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования	Умеет учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования в ходе профессионально-ознакомительной практики Владеет навыками анализа тенденций развития медиакоммуникационных систем
	ОПК- 5.2. Выявляет и учитывает в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из правовых и этических норм регулирования	Умеет учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из правовых и этических норм регулирования в ходе профессионально-ознакомительной практики Владеет навыками анализа правовых и этических норм регулирования профессиональной деятельности

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Подготовительный этап

Установочная конференция

Инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка

1. Инструктаж по основным разделам (этапам) практики.

2. Выдача пакета документации для ознакомления и заполнения в период прохождения практики.

3. Прохождение инструктажа обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка по месту прохождения практики

Экспериментальный этап

Общая характеристика учреждения и организации деятельности отделов по рекламе и связям с общественностью в данной организации, описание основных мероприятий, в которых принял участие студент

1. Знакомство со спецификой учреждения.

2. Знакомство с исторической, экономической и нормативно-правовой базой, регламентирующей деятельность специалиста по рекламе и связям с общественностью учреждения.

3. Изучение организационной структуры организации.

4. Использование студентом знаний о специфике деятельности в области рекламы и связям с общественностью, в частности участие студентов в:

- создании востребованных обществом и индустрией коммуникационных продуктов с учетом тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования профессиональной деятельности;
 - анализе и прогнозировании тенденций развития медиакоммуникационных систем;
 - анализе правовых и этических норм регулирования профессиональной деятельности;
 - мониторинге запросов общества и аудитории в профессиональной деятельности;
 - выборе наиболее эффективных способов управления временем;
 - участии в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации.
5. Участие в рекламных и PR мероприятиях (в форме: наблюдения, или присутствия), в том числе:

- установлении и поддержании контактов, обеспечивающих успешную работу в коллективе.

5. Участие в рекламных и PR мероприятиях (в форме: наблюдения, или присутствия). Краткое описание в отчете и дневнике данных мероприятий.

Подготовка отчета по практике

Заполнение отчета, дневника, индивидуального задания, в том числе:

- осуществление поиска, анализа и обработки информации по профессионально-ознакомительной практике.

Вид и тип практики - Производственная (Преддипломная практика)

1. ЦЕЛИ ПРАКТИКИ

Целями преддипломной практики у студентов направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью являются:

1) закрепление у студентов знаний и навыков профессиональной деятельности по соответствующему направлению подготовки для выполнения функций, предусмотренных Федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования в таких сферах профессиональной деятельности, как маркетинговая, организационная деятельности;

2) формирование у студентов навыков грамотного оформления документации по результатам преддипломной практики;

Представленные выше цели практики, соотносятся с общими целями ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, в частности с:

- развитием у студентов личностных качеств, а также формированием общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению подготовки.

- развитием у студентов личностных качеств, способствующих их творческой активности, общекультурному росту и социальной мобильности: целеустремленности, организованности, трудолюбия, ответственности, самостоятельности, гражданственности, приверженности этическим ценностям, толерантности, настойчивости в достижении цели на основе принципов гуманистической школы.

- формированием общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению подготовки, позволяющих выпускнику успешно работать в избранной сфере деятельности и быть устойчивым на рынке труда в соответствии с потребностями рынка труда Ставропольского края, Северо-Кавказского и Южного федерального округов.

2 МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Преддипломная практика относится к Блоку 2 «Практики» виду – производственная практика (Б.2.П.1) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Маркетинг в рекламе и PR	
Технологии производства рекламного продукта	
Разработка рекламного продукта	
Копирайтинг	
Связи с общественностью в экономике, политике и переговорных процессах	
Разработка и проведение рекламной кампании	
Искусство деловой презентации	
Теория, практика и коммуникационные стратегии связей с общественностью	
Политическая реклама	
Кретив в рекламе	
Инновации в рекламной деятельности	
Этические основы рекламы и связей с общественностью	
PR-технологии в коммерческой и некоммерческой деятельности	
Методы коммуникации в кросскультурном пространстве	
Производственная практика (профессионально-творческая)	

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ПРАКТИКЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Использует инструменты и методы управления своим временем для достижения поставленных целей	Умеет выбирать наиболее эффективные способы управления временем Владеет навыками эффективного использования своего времени для достижения поставленных целей

	УК-6.2. Определяет задачи и траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни, предпринимает меры по её реализации	Умеет эффективно планировать и контролировать собственное время. Владеет навыками управления собственным временем.
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. создает востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского языка, особенностями иных знаковых систем	Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского языка, особенностями иных знаковых систем Владеет нормами русского языка, особенностями иных знаковых систем
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.2. Учитывает запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Умеет учитывать потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности в ходе преддипломной практики Владеет навыками прогнозирования потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности в ходе преддипломной практики
ОПК- 6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	Умеет отбирать необходимое техническое оборудование и программное обеспечение в ходе прохождения преддипломной практики Владеет навыками анализа технического оборудования и программного обеспечения, необходимого для осуществления профессиональной деятельности
ПК-1. Способен осуществлять организацию продвижения коммуникационного продукта	ПК-1.1. Организует маркетинговые исследования рынка коммуникационной продукции	Умеет выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на коммуникационную продукцию, существенные характеристики целевой аудитории потребителей Владеет навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке коммуникационной продукции Имеет практический опыт организации маркетинговых исследований рынка коммуникационной продукции
	ПК-1.2. Разрабатывает маркетинговые стратегии для коммуникационной продукции	Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций Владеет навыками разработки концепции продвижения коммуникационной продукции, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий Имеет практический опыт разработки маркетинговых стратегий продвижения коммуникационной продукции
ПК-2. Способен управлять информационными ресурсами	ПК-2.1. Организует работы по созданию и редактированию	Умеет распределять работы по созданию и редактированию

	контента	контента Владеет навыками координации работы по созданию и редактированию контента Имеет практический опыт организации работы по созданию и редактированию контента
	ПК-2.2. Управляет информацией из различных источников	Умеет работать с большими объемами информации Владеет навыками осуществления общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации Имеет практический опыт управления информационными потоками

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Подготовительный этап

Установочная конференция

Инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка

1. Инструктаж по основным разделам (этапам) практики.

2. Выдача пакета документации для ознакомления и заполнения в период прохождения практики.

3. Прохождение инструктажа обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка по месту прохождения практики

Экспериментальный этап

Общая характеристика учреждения и организации деятельности отделов по рекламе и связям с общественностью в данной организации, описание основных мероприятий, в которых принял участие студент

1. Знакомство со спецификой учреждения.

2. Знакомство с исторической, экономической и нормативно-правовой базой, регламентирующей деятельность специалиста по рекламе и связям с общественностью учреждения.

3. Изучение организационной структуры организации.

4. Использование студентом знаний о специфике деятельности в области рекламы и связям с общественностью, в частности участие студентов в:

- анализе ситуации на рынке коммуникационной продукции, участником которого является предприятие – базы практики;

- редактировании медиатекстов / медиапродуктов / коммуникационных продуктов;

- подготовке, организации и проведении анкетирования и опросов мнения потребителей и общественного мнения;

- прогнозирования потребностей общества и целевой аудитории предприятия – базы практики;

- участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, а также распространении коммуникационных продуктов предприятия – базы практики.

5. Участие в рекламных и PR мероприятиях (в форме: наблюдения, или присутствия), в том числе:

- выбор наиболее эффективных способов управления собственным временем;

- отбор необходимого технического оборудования, программного обеспечения, цифровых устройств, платформ и программного обеспечения в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью;

- интеграция различных средств продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, в том числе формирование коммуникационных целей, маркетинговых стратегий и разработка общей концепции продвижения коммуникационной продукции предприятия – базы практики;

- организация и координация работ по созданию и редактированию контента сайта или персональной страницы предприятия – базы практики;

6. Научно-исследовательская работа по подготовке и написанию выпускной квалификационной работы, в том числе:

- написание научной статьи по теме выпускной квалификационной работы (индивидуальное задание 1);

- поиск, сбор и анализ прикладных материалов по теме выпускной квалификационной работы на предприятии – базе практики.

Подготовка отчета по практике

Заполнение отчета, дневника, индивидуального задания 2, в том числе:

- осуществление общей оценки значимости и приоритетности полученной в ходе преддипломной практики информации.

Вид и тип практики - Производственная (Профессионально-творческая практика)

1. ЦЕЛИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Целями производственной (профессионально-творческой) практики у обучающихся направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью являются:

1. получение представления об особенностях коммуникационной деятельности специалистов в области рекламы и связей с общественностью;
2. формирование у обучающихся целостного представления о содержании, видах и формах профессиональной деятельности в области связей с общественностью;
3. формирование основ профессионального мышления у будущих квалифицированных специалистов в области рекламы и связей с общественностью.

Представленные выше цели практики, соотносятся с общими целями ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, в частности с:

- развитием у обучающихся личностных качеств, а также формированием универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению подготовки.
- развитием у обучающихся личностных качеств, способствующих их творческой активности, общекультурному росту и социальной мобильности: целеустремленности, организованности, трудолюбия, ответственности, самостоятельности, гражданственности, приверженности этическим ценностям, толерантности, настойчивости в достижении цели на основе принципов гуманистической школы.
- формированием универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению подготовки, позволяющих выпускнику успешно работать в избранной сфере деятельности и быть устойчивым на рынке труда в соответствии с потребностями рынка труда Ставропольского края, Северо-Кавказского и Южного федерального округов.

2. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Производственная (профессионально-творческая) практика относится к Блоку 2 «Практики», виду – производственная практика (Б.2.П.7) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Рекламная коммуникация	Копирайтинг
Теория, практика и коммуникационные стратегии связей с общественностью	Правовые основы рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью
Реклама в средствах массовой информации	Разработка и проведение рекламной кампании
Искусство деловой коммуникации	Политическая реклама
Информационно-коммуникационные технологии в рекламе и PR	Организация работы со средствами массовой информации
Психологические основы рекламы и связей с общественностью	Разработка рекламного продукта
Деловое общение и деловая коммуникация	Технологии производства рекламного продукта
Коммуникационный консалтинг	Преддипломная практика

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ПРАКТИКЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Использует инструменты и методы управления своим временем для достижения поставленных целей	Умеет выбирать наиболее эффективные способы управления временем Владеет навыками эффективного использования своего времени для достижения поставленных целей
	УК-6.2. Определяет задачи и траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни, предпринимает меры по её реализации	Умеет эффективно планировать и контролировать собственное время. Владеет навыками управления собственным временем.
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и	ОПК-1.1. создает востребованные обществом и индустрией	Умеет создавать востребованные обществом и индустрией

индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского языка, особенностями иных знаковых систем	медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского языка, особенностями иных знаковых систем Владеет нормами русского языка, особенностями иных знаковых систем
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Выявляет запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Умеет отвечать на потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности в ходе профессионально-творческой практики Владеет навыками мониторинга запросов общества и аудитории в профессиональной деятельности в ходе профессионально-творческой практики
	ОПК-4.2. Учитывает запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Умеет учитывать потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности в ходе профессионально-творческой практики Владеет навыками прогнозирования потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности в ходе профессионально-творческой практики
ОПК- 6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	Умеет отбирать необходимое техническое оборудование и программное обеспечение в ходе прохождения профессионально-ознакомительной практики Владеет навыками анализа технического оборудования и программного обеспечения, необходимого для осуществления профессиональной деятельности
	ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Умеет применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов Владеет навыками технического обеспечения процессов создания коммуникационных продуктов в ходе прохождения профессионально-творческой практики
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Применяет принципы социальной ответственности в профессиональной деятельности	Умеет применять принципы социальной ответственности в ходе профессионально-ознакомительной практики Владеет навыками регулирования профессиональной деятельности в контексте принципов социальной ответственности
	ОПК-7.2. Учитывать эффекты и последствия своей	Умеет учитывать в профессиональной деятельности

	профессиональной деятельности	эффекты и последствия Владеет навыками анализа эффектов и последствий своей деятельности в ходе прохождения профессионально-творческой практики
ПК-1. Способен осуществлять организацию продвижения коммуникационного продукта	ПК-1.1. Организует маркетинговые исследования рынка коммуникационной продукции	Умеет выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на коммуникационную продукцию, существенные характеристики целевой аудитории потребителей Владеет навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке коммуникационной продукции Имеет практический опыт организации маркетинговых исследований рынка коммуникационной продукции
	ПК-1.2. Разрабатывает маркетинговые стратегии для коммуникационной продукции	Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций Владеет навыками разработки концепции продвижения коммуникационной продукции, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий Имеет практический опыт разработки маркетинговых стратегий продвижения коммуникационной продукции
ПК-2. Способен управлять информационными ресурсами	ПК-2.1. Организует работы по созданию и редактированию контента	Умеет распределять работы по созданию и редактированию контента Владеет навыками координации работы по созданию и редактированию контента Имеет практический опыт организации работы по созданию и редактированию контента
	ПК-2.2. Управляет информацией из различных источников	Умеет работать с большими объемами информации Владеет навыками осуществления общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации Имеет практический опыт управления информационными потоками

4.ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Подготовительный этап

Установочная конференция

Инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка

Инструктаж по основным разделам (этапам) практики.

Выдача пакета документации для ознакомления и заполнения в период прохождения практики.

Прохождение инструктажа обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка по месту прохождения практики.

Экспериментальный этап

Общая характеристика учреждения и организации деятельности отделов по рекламе и связям с общественностью в данной организации, описание основных мероприятий, в которых принял участие студент

1. Знакомство со спецификой учреждения.

2. Знакомство с исторической, экономической и нормативно-правовой базой, регламентирующей деятельность специалиста по рекламе и связям с общественностью учреждения.

3. Изучение организационной структуры организации.

4. Использование студентом знаний о специфике деятельности в области рекламы и связям с общественностью, в частности участие студентов в:

- анализе ситуации на рынке коммуникационной продукции, участником которого является предприятие – базы практики;

- подготовке, организации и проведении анкетирования и опросов мнения потребителей и общественного мнения;

- мониторинге запросов общества и целевой аудитории предприятия – базы практики;

- прогнозирования потребностей общества и целевой аудитории предприятия – базы практики;

- участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, а также распространении коммуникационных продуктов предприятия – базы практики.

5. Участие в рекламных и PR мероприятиях (в форме: наблюдения, или присутствия), в том числе:

- выбор наиболее эффективных способов управления собственным временем;

- отбор и применение необходимого технического оборудования, программного обеспечения, цифровых устройств, платформ и программного обеспечения в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью;

- организация и координация работ по созданию и редактированию контента сайта или персональной страницы предприятия – базы практики;

Подготовка отчета по практике

Заполнение отчета, дневника, индивидуального задания, в том числе:

- осуществление общей оценки значимости и приоритетности полученной в ходе профессионально-творческой практики информации.

Факультативные дисциплины (модули)
Наименование дисциплины – *Тренинг развития межличностных коммуникаций*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Тренинг развития межличностных коммуникаций» является формирование у студентов навыков психологической наблюдательности, расширения теоретических и практических знаний студентов об индивидуальном своеобразии мировоззрения каждого человека и самого себя, развитие умения понимать и принимать это своеобразие, а также прогнозировать поведение другого, предвидеть свое воздействие на него.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина является факультативом (ФТД.1) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Дисциплина «Тренинг развития межличностных коммуникаций» является факультативом, нормативно установленные компетенции отсутствуют.

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Начало тренинга. Психологические аспекты и условия эффективного общения.

Развитие психологической наблюдательности.

Осознание и преодоление ограничений, накладываемых привычными, стереотипными установками восприятия и способами поведения в общении.

Сенсорные каналы восприятия.

Психологические барьеры общения.

Самокоррекция и саморегуляция эмоционального состояния в общении. Завершение тренинга.

Наименование дисциплины – *Профессиональные основы работы в сети Интернет*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является получение теоретических знаний о современных тенденциях развития интернет технологий, об их движущих силах, о многосторонности воздействия информационно-телекоммуникационных технологий на развитие сетевых коммуникаций, об организационных и законодательных аспектах построения организационно-управленческих и информационных средств взаимодействия с Интернет, о методах стратегического планирования Интернет ресурсов, а также практических навыков создания Интернет - контента и широкого применения Интернет – пространства.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Дисциплина «Профессиональные основы работы в сети Интернет» является факультативной дисциплиной.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Знает: основные технологии и сервисы Интернет

Умеет: использовать средства Интернет-технологий и сервисов для осуществления профессиональной деятельности

Владеет: навыками использования средств Интернет-технологий и сервисов в профессиональной деятельности

4. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Теоретические основы Интернет-технологий

Технологии продвижения сайта в Интернете

Проблемы безопасности в Интернет.

Основные способы оплаты товаров и услуг в Интернете.

