

Аннотации рабочих программ дисциплин (модулей)

Б1.О.01 Философия

Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;

УК-1.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними.

УК-1.2 Используя логико-методологический инструментарий, критически оценивает надежность источников информации, современных концепций философского и социального характера в своей предметной области.

УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

УК-5.2 Учитывает при социальном и профессиональном общении историко-культурное наследие и социо-культурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Учебная дисциплина «Философия» относится к обязательной части дисциплин. Место философии в системе высшего образования определяется тем, что философия относится к теоретическому и методологическому знанию, которое является фундаментальным основанием не только познавательной, но и практической деятельности. В рамках философского знания (наряду с религиозным и художественным знанием) решаются мировоззренческие и нравственные проблемы, определяющие направленность и темпы развития человека и общества. Учебная дисциплина «Философия» является предшествующей для следующих дисциплин: «История русской и зарубежной литературы», «Культурология», «Политология», «Экономика».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель изучения учебной дисциплины – развить у студентов интерес к фундаментальным теоретическим знаниям о мире, вооружить студентов определенной совокупностью знаний о различных сторонах философии как системы, познакомить их с основными понятиями и категориями, которые используются при изучении дисциплины «Философия».

Задачи изучения учебной дисциплины: способствовать созданию у студентов целостного системного представления о мире и человеке, развить навыки философского мышления, дать представление о философских, научных и религиозных картинах мира, смысле жизни человека, формах человеческого знания и особенностях его проявления в современном обществе, о соотношении духовных и материальных ценностей, их роли в жизнедеятельности человека, обществе, цивилизации.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Б1.О.02 История (история России, всеобщая история)

Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

УК-5.1 Определяет специфические черты исторического наследия и социокультурные традиции различных социальных групп, опираясь на знание этапов исторического развития России (включая основные события, основных исторических деятелей) в контексте мировой истории и ряда культурных традиций мира (в зависимости от среды и задач образования).

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Учебная дисциплина «История (история России, всеобщая история)» относится к «Гуманитарному, социальному и экономическому циклу» (Б.1) дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 42.03.01. Реклама и связи с общественностью и входит в базовую (обязательную) часть этого цикла.

Цели и задачи учебной дисциплины:

Целями изучения учебной дисциплины «История (история России, всеобщая история)» являются:

- дать целостное представление об основных этапах и тенденциях исторического развития России в мировой истории с древнейших времен и до наших дней;
- способствовать пониманию значения истории для осознания поступательного развития общества, его единства и противоречивости.

Задачи учебной дисциплины:

- показать на примерах из различных эпох органическую взаимосвязь российской и мировой истории;
- проанализировать общее и особенное российской истории, что позволит определить место российской цивилизации во всемирно-историческом процессе;
- показать место истории в обществе; формирование и эволюцию исторических понятий и категорий;
- раскрыть роль и место истории в системе гуманитарных и социальных наук; значение междисциплинарных исследований и образовательных курсов;
- показать по каким проблемам отечественной истории ведутся сегодня споры и дискуссии в российской и зарубежной историографии.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.03 Иностранный язык

Общая трудоемкость дисциплины: 8 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

УК-4.1 Выбирает на государственном и иностранном языке коммуникативно приемлемые стили делового общения

УК-4.5 Владеет интегративными коммуникативными умениями в устной и письменной иноязычной речи.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования, основная образовательная программа предусматривает обязательное изучение учебной дисциплины «Иностранный язык (английский)». Данная дисциплина является компонентом базовой части учебного цикла «Гуманитарный, социальный и экономический цикл».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Целью освоения учебной дисциплины является: и овладение необходимым и достаточным уровнем иноязычной коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях профессиональной, научной, культурной и бытовой сфер деятельности, при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования.

Задачи учебной дисциплины:

- повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования.

- овладение обучающимися иностранным языком для самообразования в выбранном направлении.

Формы промежуточной аттестации: зачет, экзамен.

Б1.О.04 Безопасность жизнедеятельности

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-8 Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций

УК-8.1 Анализирует факторы вредного влияния на жизнедеятельность элементов среды обитания (технических средств, технологических процессов, материалов, зданий и сооружений, природных и социальных явлений);

УК-8.2 Идентифицирует опасные и вредные факторы в рамках осуществляемой деятельности; знает основные вопросы безопасности жизнедеятельности;

УК-8.3 Соблюдает и разъясняет правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного, техногенного, социального и биолого-социального происхождения; умеет грамотно действовать в чрезвычайных ситуациях мирного и военного времени, создавать безопасные условия реализации профессиональной деятельности;

УК-8.4 Готов принимать участие в оказании первой помощи при травмах и неотложных состояниях, в том числе в условиях чрезвычайных ситуаций;

УК-8.5 Решает проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности и участвует в мероприятиях по предотвращению чрезвычайных ситуаций на рабочем месте; имеет практический опыт поддержания безопасных условий жизнедеятельности.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Учебная дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» относится к Блоку 1. Дисциплины (модули), базовая часть.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины являются:

Ведущая цель курса «Безопасность жизнедеятельности» состоит в ознакомлении студентов с основными положениями теории и практики проблем сохранения здоровья и жизни человека в техносфере, защитой его от опасностей техногенного, антропогенного, естественного происхождения и созданием комфортных условий жизнедеятельности.

Задачи учебной дисциплины:

1) сформировать представление об основных нормах профилактики опасностей на основе сопоставления затрат и выгод;

2) сформировать навыки идентификации (распознавания) опасностей: вид опасностей, величина, возможный ущерб и др.;

3) сформировать навыки оказания первой помощи, в т.ч. проведения реанимационных мероприятий;

4) сформировать и развить навыки действия в условиях чрезвычайных ситуаций или опасностей;

5) сформировать психологическую готовность эффективного взаимодействия в условиях чрезвычайной ситуации различного характера

Форма промежуточной аттестации – зачет.

Б1.О.05 Физическая культура и спорт

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-7: Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

УК-7.1 Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма.

УК-7.2 Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности.

УК -7.3 Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: входит в обязательную часть дисциплин базового блока.

Цели и задачи учебной дисциплины:

Целью физического воспитания студентов является формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины: понимание социальной значимости физической культуры и её роли в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности; знание биологических, психолого-педагогических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни; овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.О.06 Речевая культура устной и письменной коммуникации

Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е.

Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации.

УК-4.2. Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном языке.

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского языка.

ОПК-1.2. Осуществляет подготовку медиапроектов и (или) медиапродуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского языка.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Учебная дисциплина относится к обязательной части блока Б1 учебного плана по программе бакалавриата (направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью)

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цели данной дисциплины:

-знакомство студентов с вопросами происхождения языка и с основными понятиями языкознания;

-формирование у обучающихся нормативной грамотности в сфере устной речи («Орфоэпия»);

-формирование у студентов нормативной грамотности в сфере письменной коммуникации («Орфография» и «Пунктуация»).

Основные задачи дисциплины:

- дать студентам представление о происхождении языка; раскрыть содержание основных понятий языкознания;
- познакомить студентов с орфоэпическими нормами русского языка;
- познакомить с орфографическими нормами русского языка;
- познакомить с системой норм пунктуации;
- добиться от учащихся усвоения вышеназванных норм речи и применения их в практике устной и письменной коммуникации.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.07 Современный русский язык

Общая трудоемкость дисциплины: 11 з.е.

Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации.

УК-4.2. Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном языке.

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского языка.

ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского языка.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Учебная дисциплина относится к обязательной части блока Б1 учебного плана по программе бакалавриата (направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью).

Цели и задачи учебной дисциплины:

Курс "Современного русского языка" ставит **целью** создание у студента целостного, всестороннего и глубокого представления о происхождении, устройстве и функционировании современного русского языка; представления о нормах разных языковых уровней.

Разделы «Лексикология», «Морфемика и словообразование», «Морфология», «Синтаксис» дают знания об устройстве и функционировании соответствующих систем русского языка.

Основные задачи дисциплины:

- познакомить студентов с устройством лексико-фразеологической системы русского языка;
- дать представление о словообразовательной системе русского языка в ее связи с лексикологией и морфологией;
- определить принципы морфемного анализа слов;
- классифицировать основные способы русского словообразования;
- дать алгоритм словообразовательного анализа;
- рассмотреть систему частей речи русского языка;
- познакомить студентов с морфологическими нормами русского языка;
- рассмотреть синтаксическую систему русского языка в ее связи с другими ярусами языка;
- познакомить студентов с синтаксическими нормами русского языка.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.08 Экономика

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

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. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: обязательная часть блока Б1.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины являются: формирование у обучающихся знаний совокупности экономических факторов, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

Задачи учебной дисциплины:

- изучить экономические системы, микро- и макроэкономические проблемы, рынок, рыночный спрос и рыночное предложение;
- ознакомить обучающихся с основами функционирования деятельности предприятия;
- изучить основы функционирования национальной и мировой экономики;
- развивать у обучающихся способность вырабатывать собственную позицию по актуальным теоретическим проблемам экономической науки и ее практическим приложениям;
- формировать умения проводить самостоятельные научные исследования и обобщать полученные результаты, формулировать и обосновывать аргументы в защиту собственной позиции.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

Б1.О.09 Политология

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для и разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.

ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Политология относится к циклу гуманитарных и социально-экономических дисциплин обязательного блока.

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цели: формирование у студентов общих представлений о политике, ее основных аспектах, проблемах, закономерностях и взаимодействии с другими сферами общественной жизни; изучение системы общественных и государственных институтов Российской Федерации; формирование у студентов гражданских качеств, адекватного и объективного понимания современных политических процессов.

Задачи: развить у студентов аналитическое мышление при оценке современных политических событий, как на микро, так и на макроуровне; сформировать понимание важности гражданской позиции в оценке отечественного политического процесса и мировых процессов общественного развития; развить у студентов навыки практического политического анализа современных реалий общества, показать студентам связь политической науки и других гуманитарных дисциплин, единство вузовского гуманитарного цикла; обеспечить усвоение студентами основных категорий политологии и умение оперировать ими; ознакомить студентов с сущностью и функциями основных

политических институтов (государственных и общественных), с этапами и циклами политического процесса; обеспечить понимание студентами своеобразия политического развития России, ознакомить их с особенностями российского государства на разных этапах его развития, со спецификой взаимодействия общества и власти, с характеристиками партийной и избирательной систем современной России, с основными чертами российской политической культуры и идеологии.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

Б1.О.10 История русской и зарубежной литературы

Общая трудоемкость дисциплины: 7 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Учебная дисциплина «История русской и зарубежной литературы» относится к историко-филологическому модулю обязательной части Блока 1.

Цели и задачи учебной дисциплины

Цель освоения учебной дисциплины – дать целостное представление о процессе развития русской и зарубежной литературы, рассмотрев творчество ведущих писателей.

Задачи учебной дисциплины:

- включение литературы в контекст исторического и культурного развития стран;
- формирование представления об особенностях и закономерностях развития русской и зарубежной литературы;
- определение основных этапов развития литературы;
- характеристика основных направлений и течений литературы;
- ознакомление студентов с наиболее значимыми явлениями русской и зарубежной литературы;
- выявление идейно-эстетической сущности произведений;
- выявление традиций, выработанных русской и зарубежной литературой в процессе ее исторического развития.

Формы промежуточной аттестации - зачет с оценкой, зачет с оценкой.

Б1.О.11 Стилистика

Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е.

Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации.

УК-4.2. Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном языке.

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского языка.

ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского языка.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: Учебная дисциплина относится к обязательной части блока Б1 учебного плана по программе бакалавриата (направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью).

Цели и задачи учебной дисциплины:

Основной **целью** учебной дисциплины является формирование у студентов знаний о системе стилистических норм и приемов разных языковых уровней, позволяющих писать качественный медиатекст; о типах нарушений стилистических норм и путях исправления ошибок.

Основные **задачи** дисциплины:

- изучение стилистических возможностей языковых единиц разных уровней – лексического, словообразовательного, морфологического, синтаксического;
- знакомство с лексическими, словообразовательными, морфологическими и синтаксическими стилистическими нормами русского языка;
- формирование теоретических знаний о лексических, словообразовательных, морфологических и синтаксических стилистических нормах русского языка и их стилистических возможностях;
- выработка умений и навыков применения лексических, словообразовательных, морфологических и синтаксических стилистических норм на практике.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.12 История искусства

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса

ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: дисциплина относится к базовой части профессионального блока направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Курс предполагает наличие у студентов умений и навыков по основам мировой художественной культуры истории отечественной и зарубежной литературы, истории в объеме программы высшего профессионального образования. Знания и навыки, полученные при изучении данного курса, необходимы для изучения «Культурологии».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цели: познакомить слушателей с высшими достижениями человечества на всём протяжении длительного пути его исторического развития, выработать у студентов навыки самостоятельного анализа и оценки сложных и разнообразных явлений художественной жизни разных эпох, объективные ориентиры и ценностные критерии при изучении искусства.

Задачи: 1) соединение знаний по истории и теории художественной культуры в единую и целостную систему; 2) овладение специфическим терминологическим аппаратом; 3) умение обнаружить самобытные национальные русские традиции и их связь с художественными проявлениями других культур.

Форма промежуточной аттестации: зачёт с оценкой.

Б1.О.13 Основы журналистики

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

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. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.

ОПК-5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.

ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цели и задачи лекционных занятий:

- формирование представления о концептуальных положениях теории журналистики;
- определение значения наиболее важных в теории и практике журналистики понятий;
- получение основной информации по разделам дисциплины.

Цели и задачи практических занятий:

- углубленное изучение отдельных разделов дисциплины;
- формирование представления о журналистской науке как о развивающейся отрасли знания, осознание проблемного характера разрешения некоторых научных вопросов;
- развитие умения самостоятельно анализировать журналистскую деятельность и аргументировать свои суждения;
- контроль усвоения студентами учебного материала.

Форма промежуточной аттестации: зачёт.

Б1.О.14 Основы рекламы

Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

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. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01. Реклама и связи с общественностью.

Цели и задачи учебной дисциплины:

Целями освоения учебной дисциплины являются:

– получение обучающимися общего представления об основах рекламы, отдельных элементах комплекса маркетинговых коммуникаций, формирование базовые профессиональные компетенции для осуществления самостоятельной профессиональной деятельности в сфере рекламной деятельности.

Задачи учебной дисциплины:

- дать представление о категориально-понятийном аппарате рекламы;
- дать представление о рекламе как социальном институте и составляющей интегрированной маркетинговой коммуникации;
- познакомить студентов с функциями и видами рекламы;
- рассмотреть преимущества и недостатки различных средств рекламы;
- рассмотреть составляющие и функциональное назначение фирменного стиля.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.15 Техника и технология средств массовой коммуникации

Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.

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.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: обязательная часть блока Б1

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель освоения учебной дисциплины:

- знакомство студентов с современной техникой и технологиями производства и оформления периодических изданий, ТВ, РВ и интернет-СМИ.

Задачи учебной дисциплины:

- знакомство с категориально-понятийным аппаратом медиадизайна;
- знакомство с техникой СМК;
- формирование представлений о принципах современного медиадизайна;
- формирование представлений о методах современного медиадизайна;
- овладение знаниями об особенностях доредакционной подготовки;
- освоение процесса макетирования.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.16 Компьютерные технологии

Общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.

Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций и индикаторов:

ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.

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.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: дисциплина относится к обязательной части блока рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01.

Реклама и связи с общественностью.

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цели дисциплины: объяснение студентам глобальной сущности информации, особенностей и возможностей современных методов обработки информации с помощью компьютеров, формирование соответствующих навыков.

Задачи дисциплины:

- изучение истории развития и принципов работы вычислительных машин;
- изучение состава и структуры персонального компьютера, принципов работы в современных операционных системах;
- изучение принципов работы интернета и Всемирной паутины, поиска, сбора и публикации информации в сети.
- практика навыков работы в прикладных офисных программах (работа с текстом, таблицами, презентациями).

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.О.17 Основы связей с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины 4 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

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. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития

ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.

ПКВ(о)-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПКВ(о)-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ(о)-1.2. Готовит основные документы по сопровождению проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: учебная дисциплина «Основы связей с общественностью» относится к базовой части рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Учебная дисциплина «Основы связей с общественностью» является необходимой для формирования у будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью навыков проведения СО-кампаний. Курс помогает разрабатывать стратегию и тактику деятельности предприятий и организаций и в целом способствует приобретению организационных навыков по обеспечению эффективной деятельности. Данная учебная дисциплина связана с рядом дисциплин, изучаемых в образовательных программах бакалавриата («Медиарилейшнз», «Связи с общественностью в сфере применения»).

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является:

- обеспечить необходимые теоретические и практические знания в области СО.

Задачи учебной дисциплины:

- познакомить с категориально-понятийным аппаратом в области СО;
- закрепить на практике основные виды деятельности в области СО;
- освоить технологии СО.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Б1.О.18 Технологии медиатворчества

Общая трудоемкость дисциплины: 8 з.е.

Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций:

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. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.

ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

ПКВ(о)-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.

ПКВ(о)-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.

ПКВ(о)-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта.

ПКВ(о)-2.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании.

ПКВ(о)-2.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цели и задачи лекционных занятий:

- выявление специфики журналистского текста;
- формирование представления об основных этапах процесса создания журналистского текста;
- получение знаний технологического характера о познавательной стадии процесса создания журналистского текста (выбор темы, сбор информации, обработка информации);
- получение знаний технологического характера о коммуникативной стадии процесса создания журналистского текста (создание текста, система жанров журналистики).

Цели и задачи практических занятий:

- формирование навыков, необходимых для анализа современных журналистских текстов;
- формирование практических навыков по выбору темы для журналистского текста;
- формирование практических навыков по сбору и обработке информации для журналистского текста;
- формирование практических навыков по подготовке журналистских текстов в различных жанрах и форматах.

Формы промежуточной аттестации: зачёт, зачёт с оценкой, экзамен.

Б1.О.19 Основы теории коммуникации

Общая трудоемкость дисциплины 4 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК- 4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

УК-4.1 Выбирает на государственном и иностранном языке коммуникативно приемлемые стили делового общения

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Учебная дисциплина относится к базовой части рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. «Основы теории коммуникации» являются важнейшей частью общепрофессиональной подготовки специалиста. Место основ теории

коммуникации в системе высшего образования определяется тем, что коммуникативные навыки специалиста являются бесспорной составляющей его профессиональных навыков. Высокая коммуникативная культура - важнейшее требование нашего времени. Современный специалист должен знать основные коммуникативные законы, основные функции коммуникации, основные модели коммуникации и уметь использовать эти знания на практике. Учебная дисциплина «Основы теории коммуникации» является предшествующей для следующих дисциплин: «Психология массовых коммуникаций», «Социология массовых коммуникаций», «Риторика».

Цели и задачи учебной дисциплины

Цель изучения учебной дисциплины – освоить понятия коммуникации и общения, овладеть принципами построения эффективной коммуникации.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются: познакомить студентов с основными понятиями и терминами; познакомить студентов с основными вехами возникновения коммуникации в социуме; дать представления о составляющих коммуникативного процесса.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Б1.О.20 Основы интегрированных коммуникаций

Общая трудоемкость дисциплины 4 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ(о)-3 - Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

ПКВ(о)-3.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта

ПКВ(о)-3.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта

ПКВ(о)-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: обязательная часть блока Б1.

Учебная дисциплина «Основы интегрированных коммуникаций» относится к профессиональному циклу дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (бакалавриат) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в цикл базовых дисциплин Б1.

Будучи преимущественно прикладной, настоящая дисциплина дает представление о многообразии коммуникационной деятельности в сфере маркетинговой коммуникации. Современный специалист должен уметь анализировать информационно-рекламный рынок, преимущества и недостатки разных видов СМИ и использовать результаты анализа при составлении оптимальных коммуникационных стратегий. Учебная дисциплина «Основы интегрированных коммуникаций» изучается после дисциплин «Основы рекламы», «Основы теории коммуникации», «Основы связей с общественностью», что позволяет студентам изучить правила разработки коммуникационной политики и стратегии, планирования и организации коммуникационной деятельности, принципы формирования бюджета коммуникационной кампании и составления грамотного медиаплана после знакомства с особенностями организации рекламной и СО-деятельности и понимания их специфики.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины являются:

- сформировать представление об основах интегрированных маркетинговых коммуникаций, отдельных элементах комплекса маркетинговых коммуникаций

Задачи учебной дисциплины:

- сформировать базовые профессиональные компетенции для ведения самостоятельной профессиональной деятельности в сфере рекламы, стимулирования сбыта и прямого маркетинга.
- показать роль маркетинговых коммуникаций в современном обществе и рассмотреть теории коммуникации;
- изучить специфику маркетинговых коммуникаций, в том числе с точки зрения комплексного и интегрированного подходов.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Б1.О.21 Менеджмент в массмедиа

Общая трудоемкость дисциплины - 3з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.

УК-6.3 Определяет задачи саморазвития и профессионального роста, распределяет их на долго-, средне- и краткосрочные с обоснованием актуальности и определением необходимых ресурсов для их выполнения.

УК-6.4 Реализует намеченные цели и задачи деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.

УК-6.5 Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей.

ПКВ(о)-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

ПКВ(о)-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ(о)-1.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: данная дисциплина относится к базовым обязательным дисциплинам; требования к входным знаниям, умениям и навыкам обеспечиваются освоением предшествующих дисциплин, таких как «Основы рекламы», «Основы связей с общественностью», «Медиапланирование». Данная дисциплина является предшествующей для дисциплин «Корпоративная культура», «Лоббизм».

Целями освоения учебной дисциплины являются: дать представление о функциональных обязанностях менеджеров различного уровня и обучить азам менеджмента в массмедиа, с учетом специфики.

Задачами освоения учебной дисциплины являются: познакомить студентов с мировыми школами менеджмента и их основателями, методами управления маркетинговыми и коммуникационными кампаниями; обучить азам тайм-менеджмента и управления вниманием, дать представление о стимулировании к труду в сфере массмедиа (материальное и нематериальное поощрение сотрудников), системе коучинга (тьютинга, наставничества и т.п.).

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Б1.О.22 Медиаэкономика

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

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. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.

ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цели и задачи лекционных занятий:

- ознакомить студентов с основными законами и концепциями медиарынка, маркетинга, менеджмента;
- ознакомить студентов с новейшей историей становления в России медиарынка;
- ознакомить с принципами организации и работы медиапредприятия;
- предоставить теоретических знаний в области стратегического и тактического маркетингового планирования, проведения маркетинговых исследований и кампаний, иных направлений маркетинга;
- ознакомить с принципами финансово-бюджетной организации медиапредприятия, бизнес-планирования СМИ.

Цели и задачи практических занятий:

- контролировать усвоение студентами теоретического материала, получаемого на лекциях;
- предоставить студентам возможность смоделировать бизнес-процессы современного медиапредприятия, действующего в условиях становления национальной экономики;
- сформировать умения самостоятельно подготовить план проведения маркетинговой кампании, учебный вариант бюджета СМИ.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.23 Медиарилейшнз

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

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. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития

ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.

ОПК – 4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп

ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: дисциплина относится к обязательной части блока Б1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Цель данной дисциплины - познакомить студентов с основами теории и технологий медиарилейшнз, применяемых в практике СО, в общественно-политической и экономической сферах.

Задачи курса:

- знакомство с методами анализа и проектирования коммуникативной среды компании;
- осваивание студентами форм и практических приемов взаимодействия со СМИ, применяемых в деятельности СО-специалиста;
- формирование представления о функциях, задачах, принципах работы современной пресс-службы;
- формирование представления о функциях, задачах, принципах работы специалиста по взаимодействию со СМИ, статусе пресс-секретаря в структуре организации;
- овладение навыками использования методов информационной работы компаний со средствами массовой информации и общественностью;
- изучение принципов планирования и программирования, а также организации работы современной пресс-службы.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Б1.О.24 Психология массовых коммуникаций

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.

УК-3.1 Определяет свою роль в команде, используя конструктивные стратегии для достижения поставленной цели.

УК-3.4 Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в том числе осуществляет

обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды, оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели и представления результатов работы команды.

УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.

УК-6.1 Осуществляет самодиагностику и применяет знания о своих личностных ресурсах для успешного выполнения учебной и профессиональной деятельности.

ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1. рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01. Реклама и связи с общественностью.

Цели и задачи учебной дисциплины:

Целями освоения учебной дисциплины являются:

– ознакомить студентов с теоретическими и практическими знаниями в области психологии массовой коммуникации, с приемами воздействия, закономерностями восприятия,

основными механизмами привлечения внимания к медийному сообщению, исследованиями в области теории мотивации и потребностей;

Задачи учебной дисциплины:

- научить студентов анализировать рекламные, СО- и другие медийные сообщения с точки зрения психологии;
- научить студентов разбираться в когнитивном, потребностно-мотивационном и эмоциональном уровнях воздействия на массовую аудиторию и на индивидуального потребителя массовой информации;
- дать системное представление о психологии массовой коммуникации; теоретически обосновать необходимость получения психологических знаний специалистами в сфере массовых коммуникаций.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.25 Социология массовых коммуникаций

Общая трудоемкость дисциплины 4 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов достижений:

ОПК-4 Способен отвечать на запросы общества и аудитории в профессиональной деятельности;

ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп;

ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

ПКВ(о)-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;

ПКВ(о) -1.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: дисциплина относится к обязательной части рабочего учебного плана подготовки специалистов по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации» дневное отделение.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является:

формирование у студентов знаний и умений социологического анализа массовой коммуникации, как целостной системы, так и отдельных звеньев этой системы, выработка навыков использования прикладных методов изучения содержания массовой коммуникации, аудитории СМИ.

Задачи учебной дисциплины:

-выработать у студентов понимание социокультурных основ массовой коммуникации гендерного контекста, неформальных коммуникаций как основ реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;

-сформировать знания методологии прикладного исследования массовой коммуникации;

-выработать у студентов умения и навыки применения количественных методов исследования аудитории СМИ;

-выработать умения и навыки применения качественных методов исследования восприятия сообщений рекламы и связей с общественностью;

-выработать умения и навыки применения контент-анализа документов рекламы и связей с общественностью.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Б1.О.26 Регулирование в маркетинговых коммуникациях

Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

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 Проектирует решение конкретной задачи с учетом возможных ограничений действующих правовых норм.

УК-2.3 Решает конкретную задачу с учетом требований правовых норм.

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. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: является одной из дисциплин обязательного цикла базовой части. Ей предшествуют дисциплины «Правоведение» и «Экономика», является предшествующим для «Разработка рекламного продукта».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель: формирование у студентов знаний о концепциях, методах и формах регулирования маркетинговой деятельности как неотъемлемой составляющей регулирования конкурентных отношений и защиты экономических прав потребителей.

Задачи: обобщить концептуальные теоретические подходы к регулированию рекламной / СО деятельности как составляющей регулирования экономики в целом; охарактеризовать взаимосвязи и взаимозависимость саморегулирования и государственного регулирования маркетинговой деятельности; уточнить взаимосвязи регулирования рекламной / СО деятельности, конкурентных отношений и защиты прав потребителей; проанализировать опыт саморегулирования и государственного регулирования рекламной / СО деятельности за рубежом, взаимосвязи этих двух подходов на основе международного опыта; установить принципы корректного соотношения методов государственного и саморегулирования рекламной / СО деятельности на современном этапе; на основе комплексного подхода исследовать взаимосвязь между регулированием рекламной / СО деятельности, антимонопольной, конкурентной политикой государства и защитой экономических прав потребителей; провести практический анализ положений, регулирующих рекламной / СО деятельность в регионе и в России в целом, их влияние на конкурентные отношения и защиту прав потребителей.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.27 Управление общественным мнением и СМИ

Общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

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-2.4 Формулирует конкретную, специфичную, измеримую во времени и пространстве цель, а также определяет дорожную карту движения к цели, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений.

УК - 2.6 Оценивает эффективность результатов проекта.

ПКВ(о) - 1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

ПКВ(о)-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Учебная дисциплина «Управление общественным мнением и СМИ» относится к профессиональному циклу дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в обязательную часть этого цикла. «Управление общественным мнением и СМИ» является значимой частью подготовки специалиста. Место дисциплины в системе высшего образования определяется тем, что результаты управления общественным мнением и СМИ отражаются на всех направлениях социальной деятельности. Существует острая потребность в описании и систематизации данных о способах и технологиях управления общественным мнением в соответствии с правовыми и этическими профессиональными нормами.

Цели и задачи учебной дисциплины

Цель изучения учебной дисциплины – сформировать целостное представление о процессе управления общественным мнением посредством методов и технологий связей с общественностью.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются: изучение природы общественного мнения, его структуры и функций; исследование методов и технологий связей с общественностью (СО), применяемых с целью формирования общественного мнения (ОМ); анализ эффективности способов формирования ОМ в СО; рассмотрение вопросов этичности применения методов, воздействующих на мнение большинства, манипулирование ОМ; развитие навыков стратегического планирования в СО, управления новостным потоком (проектный подход).

Форма промежуточной аттестации – зачет.

Б1.О.28 Разработка рекламного продукта

Общая трудоемкость дисциплины 4 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

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. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ

ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

ПКВ(о)-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПКВ(о)-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.

ПКВ(о)-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта.

ПКВ(о)-2.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Учебная дисциплина «Разработка рекламного продукта» относится к обязательной части цикла дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (бакалавр). Данная учебная дисциплина систематизирует знания, умения и навыки, полученные в процессе изучения предшествующих курсов: «Основы рекламы», «Основы интегрированных коммуникаций», «Тексты в рекламе», «Наружная реклама», «Медиапланирование». Данная дисциплина является предшествующей для курсов «Организация и проведение коммуникационной кампании», «Реклама в сфере применения», «Организационно-творческой производственной практики».

Цели и задачи учебной дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины являются:

– формирование комплексного представления о творческой стороне коммуникативной деятельности в процессе разработки рекламного продукта.

Задачи учебной дисциплины:

- ознакомить студентов с основными критериями творческой деятельности;
- дать представление о приемах творческого воплощения идеи;
- обучить основным методикам создания и оценки эффективных рекламных обращений;
- научить студентов создавать эффективные послания, применяя те или иные методы и приемы.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.29 Профессиональные стандарты и этика в рекламе и связях с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

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. Знает совокупности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.

ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Учебная дисциплина Б1.О.29 «Профессиональные стандарты и этика в рекламе и связях с общественностью» относится к обязательной части дисциплин (модулей) учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплины, для которых учебная дисциплина «Профессиональные стандарты и этика в рекламе и связях с общественностью» является предшествующей: «Связи с общественностью в сфере применения», «Особенности языка рекламы», «Особенности языка связей с общественностью», «Тексты и документооборот», «Этикет и имидж», «Корпоративная культура», «Нейминг в массовой коммуникации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: представление обучающимся общей характеристики профессиональной деятельности по связям с общественностью.

Задачи учебной дисциплины:

- выяснить предназначение и содержание деятельности по связям с общественностью и её значение для экономики, культуры, социального развития России и регионов;
 - определить перспективы развития профессиональной деятельности по связям с общественностью на ближайшие годы;
 - выяснить основные положения проекта профессионального стандарта специалиста по связям с общественностью, разработанного РАСО;
 - выяснить объем понятий «профессиональные стандарты» и «этика»;
 - установить границы понятий «связи с общественностью», «реклама» по отношению к понятиям «этика», «профессиональные стандарты»;
 - продемонстрировать сущностную взаимосвязь этики и личностного поведения публичной персоны в связи с задачами публичных рилейшнз и рекламы, в том числе в кризисной ситуации.
- Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

Б1.О.30 Организация работы отдела связей с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ(о)-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

ПКВ(о)-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ(о)-1.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

ПКВ(о)-1.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Учебная дисциплина Б1.О.30 «Организация работы отдела СО» относится к обязательной части дисциплин (модулей) учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплины, для которых учебная дисциплина Б1.О.30 «Организация работы отдела связи с общественностью» является предшествующей: Организация работы отдела рекламы, Управление медиапроектами, Организация и проведение коммуникационной кампании, Редактирование медиатекстов, Профессиональные стандарты и этика в рекламе и связях с общественностью, Инновационные технологии в связях с общественностью, Особенности языка связей с общественностью.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является:

– формирование целостного представления об отделе связей с общественностью, его роли и месте в организационной структуре компании, кадровом профиле отдела, задачах и особенностях функционирования.

Задачи учебной дисциплины:

– дать обучающимся рекомендации по изучению конкретных вопросов по организации и управлению отделом СО, помогающие в самостоятельном освоении дисциплины; ознакомить обучающихся с объемом требований, предъявляемых на зачете с оценкой;

– помочь обучающимся в использовании опубликованной литературы по проблемам, относящимся к дисциплине; ознакомить обучающихся с перечнем конкретных знаний и умений, которые должны быть приобретены в результате изучения учебной дисциплины.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О. 31 Медиапланирование

Общая трудоемкость дисциплины 4з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ОПК–7 - Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Учебная дисциплина «Медиапланирование» относится к базовой части рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Учебная дисциплина «Медиапланирование» является необходимой для формирования у будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью навыков формирования медиастратегий. Курс помогает разрабатывать стратегию и тактику реализации коммуникационных проектов организаций и в целом способствует приобретению организационных навыков по обеспечению эффективной деятельности. Данная учебная дисциплина связана с рядом дисциплин, изучаемых в образовательных программах бакалавриата («Медиаарилейшнз», «Связи с общественностью в сфере применения»).

Цели и задачи учебной дисциплины

Цель изучения учебной дисциплины — обеспечить необходимые теоретические и практические знания в области медиапланирования.

Задачи: закрепить на практике основные виды формирования медиастратегий.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.32 Брендинг

Общая трудоемкость дисциплины - 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ(о)-3 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

ПКВ(о)-3.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: она относится к обязательным дисциплинам, формируемым участниками образовательных отношений. Дисциплина «Основы рекламы» является предшествующей по отношению к данной.

Целями освоения учебной дисциплины являются: формирование целостного представления о брендинге и получение навыков разработки отдельных элементов бренда.

Задачами освоения учебной дисциплины являются: познакомить студентов с азами брендинга и бренд-менеджмента; сформировать четкое представление о сути брендинга, ребрендинга, кобрендинга и антибрендинга; познакомить с азами правового регулирования товарных знаков в РФ, познакомить студентов с работой брендинговых агентств: от разработки брифа до создания брендбука и гайдбука.

Форма промежуточной аттестации - зачет.

Б1.О.33 Организация работы отдела рекламы

Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ(о)-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПКВ(о)-1.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Учебная дисциплина «Организация работы отдела рекламы» относится к обязательной части дисциплин Федерального государственного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01

Реклама и связи с общественностью. Данная учебная дисциплина систематизирует знания, умения и навыки, полученные в процессе изучения предшествующих курсов: «Основы рекламы», «Менеджмент в массмедиа», «Организация работы отдела связей с общественностью». Данная дисциплина является предшествующей для курсов «Организация и проведение коммуникационной кампании», «Реклама в сфере применения», «Организационно-творческой производственной практики».

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является:

– дать студентам знания в области менеджмента как искусства управления рекламной организацией и творческим процессом.

Задачи учебной дисциплины:

– дать представление о специфике деятельности рекламистов в рекламном отделе организаций и предприятий,

– рассмотреть рекламную кампанию в коммуникационном, творческом и экономическом аспектах.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.34 Консалтинг в связях с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности

ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

ПКВ(О)-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПКВ(о)-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ(о)-1.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

ПКВ(о)-1.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Учебная дисциплина «Консалтинг в связях с общественностью» относится к базовой части рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (обязательные дисциплины). Будучи преимущественно прикладной, настоящая дисциплина дает представление о многообразии деятельности специалиста по связям с общественностью в XXI веке. Ввиду усложняющихся задач продвижения организации и ее взаимодействия с многообразными целевыми аудиториями – внутренними (персонал, топ-менеджмент), внешними (клиентами, партнерами, СМИ, органами государственной власти) консалтинг в связях с общественностью призван способствовать гармонизации общественных отношений с учётом интересов разных целевых аудиторий. Учебная дисциплина «Консалтинг в связях с общественностью» является предшествующей для дисциплины «Связи с общественностью в сфере применения». Дисциплине «Консалтинг в связях с общественностью» предшествует изучение дисциплины «Основы связей с общественностью».

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является подготовка студента к консультационной деятельности в сфере публичной коммуникации в соответствии с задачами связей с общественностью.

Задачи учебной дисциплины:

- познакомить студентов с эволюцией взглядов на консультирование, технологиями социально-политического моделирования, методикой создания имиджа публичной персоны,
- выработать умение диагностировать проблемную ситуацию, смягчать и нейтрализовать имиджевые риски,
- определить место консультирования в общей системе общественных связей и различных видах информационно-коммуникационного процесса.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

Б1.О.35 Управление медиапроектами

Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

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-2.4 Формулирует конкретную, специфичную, измеримую во времени и пространстве цель, а также определяет дорожную карту движения к цели, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений

УК-2.5 Составляет иерархическую структуру работ, распределяет по задачам финансовые и трудовые ресурсы.

УК - 2.6 Оценивает эффективность результатов проекта

ПКВ(о)-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПКВ(о)-1.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Учебная дисциплина «Управление медиапроектами» относится к обязательной части дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (бакалавр). Данная учебная дисциплина систематизирует знания, умения и навыки, полученные в процессе изучения предшествующего курса «Менеджмент в массмедиа». Данная дисциплина является предшествующей для курсов «Организация и проведение коммуникационной кампании», «Реклама в сфере применения», «Организационно-творческой производственной практики».

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является:

- формирование комплексного представления о творческой и менеджерской деятельности в процессе проектирования и реализации медиапроектов.

Задачи учебной дисциплины:

- дать представление о месте проектов в системе медиарынка;
- познакомить студентов с основными инструментами проектирования;
- обучить основным методикам создания и оценки эффективных медиапроектов;
- сформировать навыки управления медиапроектной работой; презентации и защиты медиапроекта.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.01 Культурология

Общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

УК-5.2 Учитывает при социальном и профессиональном общении историко-культурное наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения.

УК-5.3 Умеет конструктивно взаимодействовать с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к базовой части профессионального блока направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Курс предполагает наличие у студентов умений и навыков по основам мировой художественной культуры истории отечественной и зарубежной литературы, истории в объеме программы высшего профессионального образования. Знания и навыки, полученные при изучении данного курса, необходимы при подготовке и написании ВКР по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, для изучения курсов: Психология массовой коммуникации, Этикет и имидж, Визуализация проекта.

Цели и задачи учебной дисциплины:

Познакомить слушателей с высшими достижениями человечества на всем протяжении длительного пути его исторического развития, выработать у них навыки самостоятельного анализа и оценки сложных и разнообразных явлений культурной жизни разных эпох, объективные ориентиры и ценностные критерии при изучении явлений и тенденций в развитии культуры современного типа.

Задачи курса:

- проследить становление и развитие понятий «культура» и «цивилизация»;
- рассмотреть взгляды общества на место и роль культуры в социальном процессе;
- дать представление о типологии и классификации культур, внутри- и межкультурных коммуникациях;
- осуществить знакомство с основными направлениями методологии культурологического анализа;
- проанализировать историко-культурный материал, исходя из принципов цивилизационного подхода;
- выделить доминирующие в той или иной культуре ценности, значения и смыслы, составляющие ее историко-культурное своеобразие.

Форма промежуточной аттестации: зачёт.

Б1.В.02 Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ-1. Способен в профессиональной деятельности принимать основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

ПКВ – 1.2. Владеет основными онлайн и офлайн рекламными и СО-инструментами для формирования благоприятной коммуникационной среды

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части блока рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01. Реклама и связи с общественностью.

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цели дисциплины: изучение принципов формирования изображения на мониторе, особенностей растровой и векторной графики, формирование навыков презентации продукта и обработки графических данных.

Задачи дисциплины:

- изучение тонкостей презентации Microsoft Power Point;
- изучение редактора растровой графики Adobe Photoshop;
- изучение редактора векторной графики Adobe Illustrator;
- изучение программы верстки Adobe In Design.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.03 Правоведение

Общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

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 Формулирует в рамках поставленной цели круг задач, соответствующих требованиям правовых норм.

УК-2.2 Проектирует решение конкретной задачи с учетом возможных ограничений действующих правовых норм.

УК-2.3 Решает конкретную задачу с учетом требований правовых норм.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Учебная дисциплина «Правоведение» относится к вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла дисциплин ФГОС по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина входит в группу дисциплин, формируемых участниками образовательных отношений.

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель курса – овладеть основополагающими представлениями о месте и роли государства и права в политической и правовой системе российского общества и государства. Эта цель достигается благодаря сочетанию аудиторных учебных занятий и самостоятельной работы студентов, в рамках которых происходит знакомство с нормативно-правовыми источниками, актами судебных органов, специальной учебной и монографической литературой по курсу, решение задач и выполнение практических заданий.

Задачи курса - раскрыть сущность государства и права, сформировать у студентов целостное представление о теории государства и права и практике реализации законодательства, об основных отраслях права, о правовых основах профессиональной деятельности. Студенты должны понимать роль права в функционировании демократического правового общества, владеть общей правовой культурой, знать правовые нормы, регулирующие управленческие отношения в России, уметь применять эти знания в работе.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.04 Маркетинговые исследования и ситуационный анализ

Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ(о)-3 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

ПКВ(о)-3.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта

ПКВ(о)-3.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта

ПКВ(о)-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами
ПКВ-2 Способен принимать участие в разработке и продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью
ПКВ-2.1 Умеет создавать и реализовывать концепции проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ-2.2 Владеет навыками разработки и продвижения индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Учебная дисциплина «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» относится к Профессиональному циклу дисциплин, входит в вариативную часть этого цикла рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Цель данной дисциплины - формирование у студентов представления о специфике маркетинговых исследований, техниках и методиках их проведения в определённых рыночных ситуациях.

Задачи курса:

- обеспечить необходимые теоретические и практические навыки маркетинговых исследований и ситуационного анализа;
- закрепить на практике основные виды исследовательской работы;
- освоить технологии диагностических и аналитических исследований

Форма промежуточной аттестации – зачёт с оценкой.

Б1.В.05 Психология личности и ее саморазвития

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;

УК-3.1 Определяет свою роль в команде, используя конструктивные стратегии для достижения поставленной цели.

УК-3.2 Учитывает особенности собственного поведения, поведения других участников и команды в целом при реализации своей роли в команде.

УК-3.3 Планирует свои действия для достижения заданного результата, анализирует их возможные последствия, при необходимости корректирует личные действия.

УК-3.4 Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в том числе осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды, оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели и представления результатов работы команды.

УК-3.5 Соблюдает установленные нормы и правила командной работы, несет личную ответственность за общий результат.

УК-3.6 Регулирует и преодолевает возникающие в команде разногласия, конфликты на основе учета интересов всех сторон.

УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

УК-6.1 Осуществляет самодиагностику и применяет знания о своих личностных ресурсах для успешного выполнения учебной и профессиональной деятельности.

УК-6.2 Планирует перспективные цели собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей и ограничений, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.

УК-6.3 Определяет задачи саморазвития и профессионального роста, распределяет их на долго-, средне- и краткосрочные с обоснованием актуальности и определением необходимых ресурсов для их выполнения.

УК-6.4 Реализует намеченные цели и задачи деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.

УК-6.5 Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей.

УК-6.6 Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов относительно решения поставленных задач и полученного результата.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: обязательная часть блока Б1.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины являются: формирование у обучающихся знаний систематизированных научных представлений о социально-психологических аспектах проблемы личности в современном обществе, а также о специфике задач и методов ее саморазвития

Задачи учебной дисциплины:

- усвоение обучающимися различных социально-психологических трактовок проблемы личности, а также анализ разнообразных теорий ее социализации;
- ознакомление с проблемой саморазвития личности;
- усвоение студентами знаний, умений и навыков в области психологических основ взаимодействия личности и общества;
- расширение знаний и компетенций студентов по проблематике социального поведения, отношений, саморазвития, социализации и идентичности личности.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

Б1.В.06 Речевое воздействие в рекламе и связях с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

УК-4.2. Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном языке.

УК-4.4. Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической и деловой коммуникации.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью преподаваемой дисциплины является формирование у студентов знаний и умений, необходимых для эффективного межличностного и делового общения, для создания эффективного рекламного текста и эффективного функционирования массовой коммуникации.

В систему курса входят следующие **задачи:**

- ознакомить студентов с законами и правилами общения;
- научить студентов оценивать эффективность применения законов и правил общения в данной коммуникативной ситуации;
- научить студентов отбору приемов речевого воздействия, наиболее эффективных для конкретной коммуникативной ситуации;

- научить студентов отличать речевое воздействие от манипулирования в рекламе и связях с общественностью.

Форма промежуточной аттестации - зачет.

Б1.В.07 Реклама в интернете

Общая трудоемкость дисциплины - 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ-1. Способен в профессиональной деятельности принимать основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникации.

ПКВ - 1.1. Умеет применять современные цифровые устройства и использовать новейшие программы для продвижения продуктов

ПКВ - 1.2. Владеет основными онлайн и офлайн рекламными и СО-инструментами для формирования благоприятной коммуникационной среды

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Целями освоения учебной дисциплины являются: научить студентов создавать и размещать контекстную рекламу, основным методам рекламного продвижения в интернете, особенностям разработки маркетингового контента и управления рекламной кампанией в сети.

Задачами освоения учебной дисциплины являются: познакомить студентов с азами рекламной деятельности в интернете, дать представление об особенностях различных видов маркетингового продвижения в интернете, познакомить с различными видами контента и способами его создания, методами таргетирования рекламы.

Форма промежуточной аттестации - зачет.

Б1.В.08 Связи с общественностью в интернете

Общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ - 1 Способен в профессиональной деятельности принимать основные технологические решения, технические средства, приёмы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

ПКВ - 1.1. Умеет применять современные цифровые устройства и использовать новейшие программы для продвижения продуктов

ПКВ - 1.2. Владеет основными онлайн и офлайн рекламными и СО-инструментами для формирования благоприятной коммуникационной среды

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Учебная дисциплина «Связи с общественностью в интернете» относится к Профессиональному циклу дисциплин, входит в вариативную часть этого цикла рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Цель данной дисциплины - сформировать у студентов целостное представление о назначении, формах, методах и технологиях СО в Интернете.

Задачи курса:

- систематизировать основные понятия, используемые в теории и практике связей с общественностью в интернете;
- познакомиться с основными принципами СО в интернете;
- получить практические навыки реализации СО-проектов и кампаний в интернете;
- получить навыки медиапланирования в сети;

- изучить основные мобильные приложения и программы, необходимые для осуществления СО-деятельности в интернете.

Форма промежуточной аттестации – зачёт.

Б1.В.09 Тексты в связях с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ(о)-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПКВ(о)-2.1. Умеет создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПКВ(о)-2.4. Владеет навыками применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде

ПКВ-3 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа

ПКВ-3.1. Умеет редактировать тексты рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта

ПКВ-3.2. Владеет навыками контроля соответствия формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: дисциплина Б1.В.09 «Тексты в связях с общественностью» относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (бакалавриат).

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является:

- обеспечить формирование у студентов целостного представления о многообразии СО-текстов, правилах их оформления и способах рассылки.

Задачи учебной дисциплины:

- знакомство студентов с основными понятиями раздела «Жанровая типология СО-текстов»,

- формирование представления об основах жанровой типологии СО-текстов (терминологии, важнейших теоретических положений, методологии).

Форма промежуточной аттестации – зачет.

Б1.В.10 Тексты в рекламе

Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ(о)-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПКВ(о)-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПКВ-3 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа

ПКВ-3.1. Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Учебная дисциплина «Тексты в рекламе» относится к вариативной части дисциплин учебного плана Федерального

государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (бакалавр). Данная учебная дисциплина развивает умения и навыки, полученные в процессе изучения предшествующих курсов: «Основы рекламы», «Тексты в связях с общественностью». Данная дисциплина является предшествующей для курсов «Разработка рекламного продукта», «Организация и проведение коммуникационной кампании», «Организационно-творческой производственной практики».

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является:

– формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки творческой концепции и содержания рекламных сообщений и их воплощения, а также экспертной оценки.

Задачи учебной дисциплины:

- сформировать представление о структуре рекламного текста и его признаках;
- систематизировать представление о жанровой структуре рекламного текста;
- выработать навыки анализа и конструирования различных жанров рекламного текста.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.11 Наружная реклама

Общая трудоемкость дисциплины - 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ(о)-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПКВ(о)-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ(о)-1.2 Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: к вариативной части рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина «Основы рекламы» является предшествующей по отношению к данной.

Целями освоения учебной дисциплины являются: сформировать целостное представление о форматах и стандартах наружной рекламы и способах осуществления рекламных кампаний в наружной сфере.

Задачами освоения учебной дисциплины являются:

- познакомить студентов с правовыми особенностями создания и размещения наружной рекламы;
- показать технологические особенности производства наружной рекламы;
- познакомить студентов с творческими особенностями разработки наружной рекламы;
- развить творческие способности учащихся;
- познакомить студентов с основными историческими вехами зарождения и развития наружной рекламы.

Форма промежуточной аттестации - зачет.

Б1.В.12 Специальное событие

Общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.

Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ(о)-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий:

ПКВ(о) - 1.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

ПКВ(о)-1.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

ПКВ - 2 Способен принимать участие в разработке и продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью:

ПКВ-2.1. Умеет создавать и реализовывать концепции проекта в сфере рекламы и связей с общественностью;

ПКВ-2.2. Владеет навыками разработки и продвижения индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Учебная дисциплина «Специальное событие» относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01. «РиСО». Данная учебная дисциплина связана с рядом дисциплин, изучаемых в образовательных программах бакалавриата («Основы связей с общественностью», «Организация и проведение коммуникационной кампании», «Тексты и документооборот», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ») и сопрягается с овладением теоретико-методологическим и практическим базисом дисциплин профессионального цикла данной образовательной программы. Учебная дисциплина «Специальное событие» является необходимой для формирования у будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью навыков организации специальных событий.

Цели и задачи учебной дисциплины: сформировать у студентов целостное представление о сущности планирования и проведения специальных событий.

Задачи:

- научить создавать и реализовывать концепции специальных событий в сфере рекламы и связей с общественностью;

- выработать навыки продвижения специальных событий в сфере рекламы и связей с общественностью;

- сформировать навыки применения специальных событий в разных сферах.

Форма промежуточной аттестации - зачет.

Б1.В.13 Организация и проведение коммуникационной кампании

Общая трудоемкость дисциплины 5 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ(о)-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПКВ(о)-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ(о)-1.2 Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

ПКВ-2 Способен принимать участие в разработке и продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ -2.1. Умеет создавать и реализовывать концепции проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ-2.2. Владеет навыками разработки и продвижения индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Учебная дисциплина Б1.В.13 «Организация и проведение коммуникационной кампании» относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (бакалавриат).

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является:

- обеспечить формирование у студентов целостного представления о процессе организации и проведения коммуникационной кампании.

Задачи учебной дисциплины:

- формирование у студентов необходимых теоретических и практических навыков организации коммуникационных кампаний;
- формирование представлений об основных технологиях и современных концепциях проведения кампаний;
- овладение знаниями ключевых принципов и методов проведения коммуникационных кампаний.

Форма промежуточной аттестации – зачет, зачет с оценкой.

Б1.В.14 Связи с общественностью в сфере применения

Общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.

Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ(о)-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;

ПКВ(о)-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ (о)-1.3 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

ПКВ - 2 Способен принимать участие в разработке и продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью:

ПКВ-2.2. Владеет навыками разработки и продвижения индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Учебная дисциплина «Связи с общественностью в сфере применения» относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01- РиСО. Учебная дисциплина является необходимой для формирования у будущих специалистов по связям с общественностью навыков работы как в PR-отделах различных компаний, так и в качестве самостоятельного специалиста по рекламе и СО. Данная учебная дисциплина связана с рядом дисциплин, изучаемых в образовательных программах бакалавриата («Организация и проведение коммуникационной кампании»; «Тексты и документооборот»; «Организация работы отдела связей с общественностью», «Связи с общественностью в интернете») и сопрягается с овладением теоретико-методологическим и практическим базисом дисциплин профессионального цикла данной образовательной программы. Учебная дисциплина «Связи с общественностью в сфере применения» является необходимой для формирования у будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью навыков профессиональной деятельности в различных сферах жизнедеятельности.

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель: сформировать у студентов целостное представление о сущности деятельности по связям с общественностью в сфере применения.

Задачи:

- дать представление об особенностях СО-деятельности в различных сферах применения;
- выявить специфику функционирования СО-специалиста в различных организационных отделах и структурах;
- сформировать навыки применения СО-коммуникаций в государственной, коммерческой и некоммерческой сферах.

Форма промежуточной аттестации - зачет.

Б1.В.15 Технология производства в рекламе и связях с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины 4 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ(о)-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПКВ(о)-1.2 Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

ПКВ-1 Способен в профессиональной деятельности принимать основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

ПКВ - 1.2. Владеет основными онлайн и офлайн рекламными и СО-инструментами для формирования благоприятной коммуникационной среды

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Учебная дисциплина «Технология производства в рекламе и связях с общественностью» относится к вариативному блоку дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (бакалавр). Данная учебная дисциплина систематизирует знания и навыки, полученные в процессе изучения предшествующих курсов: «Техника и технология средств массовой коммуникации», «Реклама в интернете», «Работа с текстами в рекламе», «Брендинг». Данная дисциплина является предшествующей для курса «Связи с общественностью в сфере применения».

Цели и задачи учебной дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины являются:

- формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки творческой концепции рекламного продукта, торговой марки, содержания рекламных сообщений, включая их текстовую и иллюстративную составляющие, а также его художественного воплощения (дизайн, режиссура и т.д.);
- изучение технологий подготовки рекламного продукта в электронных СМИ – на радио, телевидении, в интернете.

Задачи учебной дисциплины:

- сформировать представление об этапах, принципах и методах создания рекламного продукта в целом и его наиболее важных составляющих;
- ознакомить студентов с принципами и методами художественного оформления рекламного продукта, приемами художественного дизайна и редактирования;
- создать системное представление о принципах и технологий формирования торговых марок, их роли и предназначении в коммерческой и некоммерческой деятельности.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.В.16 Реклама в сфере применения

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ(о)-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПКВ(о)-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ-2 Способен принимать участие в разработке и продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ-2.2. Владеет навыками разработки и продвижения индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к дисциплинам вариативной части блока Б.1. рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01. Реклама и связи с общественностью.

Цели и задачи учебной дисциплины:

Целью освоения учебной дисциплины является:

получение обучающимися общего представления об особенностях различных сфер применения и о специфике рекламной деятельности в конкретных сферах применения.

Задачи учебной дисциплины:

- понимать особенности рекламы в сфере применения, знать и уметь анализировать состояние и развитие рынка рекламы,
- владеть методами классификации рекламных средств,
- уметь организовывать рекламную деятельность на рынке товаров и услуг,
- знать особенности организации рекламных кампаний в разных сферах применения.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.17 Создание рекламного ролика

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ(о)-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта:

ПКВ(о)-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПКВ – 1 Способен в профессиональной деятельности принимать основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций:

ПКВ - 1.2. Владеет основными онлайн и офлайн рекламными и СО-инструментами для формирования благоприятной коммуникационной среды

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Учебная дисциплина «Создание рекламного ролика» относится к дисциплинам вариативной части блока Б.1. по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью». Обучающиеся получают навыки и умения по производству видеоролика для разных платформ. Знания, полученные на таких дисциплинах, как «Основы рекламы», «Техника и технология средств массовой коммуникации», «Тексты в рекламе» позволят студентам создавать видеопродукт, опираясь на предшествующие знания по рекламному делу, согласно форматам и стандартам, принятым на телевидении. Учебная дисциплина «Создание рекламного ролика» позволит студентам получить навыки и умения по созданию видеопродукта рекламного характера. Требования к входным знаниям и компетенциям. Студент должен владеть технологиями производства рекламного продукта, в том числе способностью определять общую концепцию рекламного видеоролика, разрабатывать сценарий и на его основе осуществлять создание, предэфирную подготовку и выход в эфир различных продуктов телепроизводства, уметь руководить их монтажом, участвовать в создании их музыкального ряда, владеть навыками реализации концепции медиапроектов.

Цели и задачи учебной дисциплины:

Рекламный ролик представляет собой особый и самый распространенный формат телерекламы. Исключительность его в сочетании музыкального, изобразительного и драматургического построения. **Цель** изучения дисциплины – создание видеороликов разных форматов.

В результате изучения дисциплины студент должен уметь редактировать видеоматериалы с использованием средств художественной выразительности, разрабатывать сценарий и на его основе осуществлять создание, предэфирную подготовку и выход в эфир различных продуктов телепроизводства, уметь руководить монтажом, участвовать в создании звукового оформления ролика. Основными **задачами** учебной дисциплины являются:

- формирование навыков по созданию видеопродукта рекламного характера,

- владение базовыми режиссерскими приемами при создании видеопродукта с применением новейших технологий в сфере медиа;
- умение составлять сценарий, монтажный план.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.18 Редактирование медиатекстов

Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е.

Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ-3 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.

ПКВ-3.1. Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Цели и задачи учебной дисциплины:

Основной целью учебной дисциплины является формирование у студентов знаний, приемов анализа, оценки и редактирования рукописи, а также выработка практических навыков редакторской работы по литературной обработке рекламного и СО-текста.

Основные задачи дисциплины:

- обучение основным приемам анализа и оценки рукописи;
- обучение работе с композицией рукописи;
- обучение видам правки;
- обучение логическим основам работы с рукописью;
- обучение работе с фактическим материалом;
- обучение методике редактирования рукописи.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.В.19 Особенности языка рекламы

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ-3 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.

ПКВ-3.1. Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина «Особенности языка рекламы» относится к вариативной части учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и СО. «Особенности языка рекламы» является важной дисциплиной для студентов, обучающихся по направлению 42.03.01 Реклама и СО.

Цели и задачи учебной дисциплины:

Основной целью учебной дисциплины является формирование у студентов целостного представления о системе языковых и стилистических приемов воздействия на адресата; выработка необходимых знаний, умений и навыков применения языковых и стилистических норм и приемов при создании текстов рекламы; владение навыками литературного редактирования.

Основные задачи дисциплины:

- знакомство со стилевыми чертами рекламного функционального стиля;
- анализ разноуровневых языковых ресурсов, используемых в рекламе;
- рассмотрение языковых и стилистических приемов, применяемых на разных этапах психологического воздействия рекламного сообщения;
- знакомство с языковыми особенностями рекламных слоганов, заголовков, словесных товарных знаков;
- формирование умений по языковому оформлению авторских рекламных текстов.
- выработка навыков анализа, оценки и исправления рекламных текстов.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.В.20 Особенности языка связей с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з. е.

Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций и индикаторов их достижений:

ПКВ-3 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов медиа.

ПКВ-3.1. Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Учебная дисциплина Б1.В.20 «Особенности языка связей с общественностью» относится к вариативной части блока Б1 (обязательные дисциплины) основной образовательной программы 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Основной целью учебной дисциплины «Особенности языка связей с общественностью» является формирование у студентов целостного представления о системе языковых и стилистических приемов, а также выработка необходимых умений, позволяющих создавать качественный PR-текст.

Основными задачами дисциплины являются: знакомство с основными чертами функциональных стилей, используемых в сфере PR- отношений, а также с особенностями PR-текстов разных жанров; анализ языковых ресурсов средств выразительности в языке текстов PR; формирование умений в области спичрайтинга (написания и произнесения PR-текстов); выработка навыков анализа, оценки и редактирования PR-текстов.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.В.21 Риторика

Общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК- 4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

УК-4.1 Выбирает на государственном языке коммуникативно приемлемые стили делового общения.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Учебная дисциплина «Риторика» относится к профессиональному циклу дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (бакалавриат). Риторика является важнейшей частью общепрофессиональной подготовки специалиста. Место риторики в системе высшего образования определяется тем, что коммуникативные навыки специалиста, в том числе навыки эффективного публичного выступления, являются бесспорной составляющей его профессиональных навыков. Умение говорить публично –

неотъемлемая часть профессионализма. Современный специалист должен знать основные требования к публичному выступлению, способы публичного речевого воздействия на человека, приемы привлечения и поддержания внимания аудитории и уметь использовать эти знания на практике. Учебная дисциплина «Риторика» является последующей для дисциплин «Русский язык и культура речи», «Основы теории коммуникации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Цель изучения учебной дисциплины – в формировании коммуникативной компетенции и овладении оптимальной формой подготовленной речи, эффективно воздействующей на аудиторию в соответствии с поставленными задачами.

Задачи: познакомить студентов с основными понятиями риторики, необходимыми для практической работы; познакомить с различными видами выступлений, их жанровыми разновидностями; обучить анализировать свои и чужие публичные выступления с точки зрения вида, жанра, логики развития мысли, языковых и композиционных особенностей; дать сведения об основных способах речевого воздействия в различных коммуникативных ситуациях.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

Б1.В.22 История рекламы и связей с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения

УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

УК-5.1. Определяет специфические черты исторического наследия и социокультурные традиции различных социальных групп, опираясь на знание этапов исторического развития

России (включая события, основных исторических деятелей) в контексте мировой истории и ряда культурных традиций мира (в зависимости от среды и задач образования).

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: учебная дисциплина «История рекламы и связей с общественностью» входит в профессиональный цикл дисциплин и относится к вариативному блоку.

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель изучения дисциплины – дать студентам четкое представление о роли рекламы и PR в жизни общества, их значении в развитии экономики, товарно-денежных отношений, политики и культуры. Курс охватывает историю развития общества от древнейших времен (Египет, Греция, Рим) до середины XX века, когда подъем рекламного дела и СО в послевоенной Европе и США коснулся и нашей страны.

Задачами учебной дисциплины являются:

-определить предмет проторекламы и рекламы, протопиар и пиар, обозначить их роль в развитии общества;

-дать анализ основных периодов развития рекламы и PR, обозначить их зависимость от развития экономики, техники и культуры;

-проанализировать основные жанры рекламы, показать логику их выбора на определенных этапах общественного развития;

-продемонстрировать связь экономической рекламы с современной художественной культурой и традиции художественной культуры прошлого в современной рекламе;

-подчеркнуть значение взаимодействия рекламы и СО для развития экономики и культуры общества.

Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

Б1.В.ДВ.01.01 Игровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ(о)-3 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

ПКВ(о)-3.1 Умеет использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта;

ПКВ-2 Способен принимать участие в разработке и продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ -2.1. Умеет создавать и реализовывать концепции проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ-2.2. Владеет навыками разработки и продвижения индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Учебная дисциплина «Игровые технологии в рекламе и связях с общественностью» относится к циклу дисциплин по выбору Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (бакалавриат). Дисциплина является предшествующей для следующего учебного курса: **Нейминг в массовой коммуникации.**

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью учебной дисциплины является:

- формирование компетенций по разработке и продвижению коммуникационных продуктов с применением игровых технологий.

Задачи учебной дисциплины:

- знакомство студентов с основными профессиональными терминами в области игровых технологий в сфере рекламы и связей с общественностью,

-формирование представлений о видах игровых технологий, применяемых при создании проекта в сфере рекламы и СО,

-философско-психологическом и лингвистическом аспекте категории игры.

Форма промежуточной аттестации –экзамен.

Б1.В.ДВ.01.02 Лоббизм

Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ(о) - 1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

ПКВ (о)-1.2 Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

ПКВ-2 Способен принимать участие в разработке и продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

ПКВ -2.1. Умеет создавать и реализовывать концепции проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ-2.2. Владеет навыками разработки и продвижения индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Учебная дисциплина «Лоббизм» относится к профессиональному циклу дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в цикл дисциплин по выбору. «Лоббизм» является важной частью подготовки специалиста. Место дисциплины в системе высшего образования определяется тем, что технологии лоббизма в настоящее время используются в разных сферах деятельности и входят в коммуникационные

кампании, подготовка которых требует специальных навыков и знаний. В связи с этим существует потребность в систематизации знаний о методах достижений целей лоббизма.

Цели и задачи учебной дисциплины

Цель изучения учебной дисциплины – дать целостное представление о лоббизме как институте политической системы, представляющем собой процесс по продвижению интересов частных лиц, корпоративных структур (а также профессиональных лоббистских фирм и общественных организаций) в органах государственной власти с целью добиться принятия выгодных для них политических решений.

Основными задачами учебной дисциплины являются: определение сущности и ключевых особенностей лоббизма; рассмотрение разных теоретических подходов к лоббистской деятельности; знакомство с дефиницией и типологией групп интересов; подробный разбор основных субъектов и объектов лоббизма; изучение технологий лоббистской деятельности.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Б1.В.ДВ.02.01 Фотография в рекламе

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ(о)-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.

ПКВ(о)-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта

ПКВ-1 Способен в профессиональной деятельности принимать основные технологические решения, технические средства, приёмы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

ПКВ - 1.1. Умеет применять современные цифровые устройства и использовать новейшие программы для продвижения продуктов

ПКВ - 1.2. Владеет основными онлайн и офлайн рекламными и СО-инструментами для формирования благоприятной коммуникационной среды

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: дисциплина относится к циклу дисциплин по выбору. Данная учебная дисциплина связана с рядом дисциплин, изучаемых в образовательных программах бакалавриата: «Современные информационные технологии», «Техника и технология СМИ».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель: изучение техники фотосъемки.

Задачи:

- освоение основных жанров фотографии и их использования в рекламе и PR;
- освоение технических и творческих приемов, используемых в фоторекламе, методов и технологий рекламной фотографии.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.ДВ.02.02 Визуализация проекта

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ(о)-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

ПКВ(о)-1.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

ПКВ-1 Способен в профессиональной деятельности принимать основные технологические решения, технические средства, приёмы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

ПКВ - 1.1. Умеет применять современные цифровые устройства и использовать новейшие программы для продвижения продуктов

ПКВ - 1.2. Владеет основными онлайн и офлайн рекламными и СО-инструментами для формирования благоприятной коммуникационной среды

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (дисциплины по выбору).

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель: определить роль и место визуального медиапроекта в системе СМИ.

Задачи дисциплины:

- выявить основные характеристики медиапроекта применительно к конкретным медиа;
- рассмотреть медиапроект как качественный коллективный журналистский продукт, предоставляющий аудитории уникальный контент авторских программ, репортажей и видеосюжетов.
- рассмотреть визуальные возможности медиапроекта как средство массовой коммуникации, которое представляет площадку для ведения диалога с аудиторией по наиболее актуальным проблемам современного общества.
- дать практические рекомендации бакалаврам по работе с данным видом проектов.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.ДВ.02.03 Тренинг общения для лиц с ОВЗ

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.

УК-3.2 Учитывает особенности собственного поведения, поведения других участников и команды в целом при реализации своей роли в команде.

УК-3.5 Соблюдает установленные нормы и правила командной работы, несет личную ответственность за общий результат.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Относится к дисциплинам по выбору для обучающихся с ОВЗ.

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель: теоретическая и практическая подготовка обучающихся с ОВЗ в области коммуникативной компетентности.

Задачами учебной дисциплины являются:

- изучение техник и приемов эффективного общения,
- формирование навыков активного слушания, установления доверительного контакта, преодоления коммуникативных барьеров, использования различных каналов для передачи информации в процессе общения,
- развитие творческих способностей обучающихся в процессе тренинга общения.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.ДВ.03.01 Тексты и документооборот

Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ(о)-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПКВ(о)-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ(о)-1.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

ПКВ-3 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа

ПКВ-3.1. Умеет редактировать тексты рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта

ПКВ-3.2. Владеет навыками контроля соответствия формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Учебная дисциплина «Тексты и документооборот» относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (дисциплины по выбору) (бакалавриат).

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью является:

- обеспечить формирование у студентов целостного представления о многообразии простых и комбинированных СО-текстов, правилах их оформления и способах рассылки.

Задачи учебной дисциплины:

- знакомство студентов с основными понятиями раздела «Комбинированные СО-тексты»,
- формирование представления об основах подготовки комбинированных СО-текстов (терминологии, важнейших теоретических положений, методологии).

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Б1.В.ДВ.03.02 Этикет и имидж

Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.

Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ-2 Способен принимать участие в разработке и продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью:

ПКВ-2.1. Умеет создавать и реализовывать концепции проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

ПКВ-2.2. Владеет навыками разработки и продвижения индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Учебная дисциплина «Этикет и имидж» относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01. «РиСО» (дисциплина по выбору). Данная учебная дисциплина связана с рядом дисциплин, изучаемых в образовательных программах бакалавриата («Основы связей с общественностью», «Связи с общественностью в сфере применения», «Тексты и документооборот», «Корпоративная культура») и сопрягается с овладением теоретико-методологическим и практическим базисом дисциплин профессионального циклов данной образовательной программы. Учебная дисциплина «Этикет и имидж» является необходимой для развития у будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью нравственных качеств и навыков формирования и позиционирования персонального имиджа.

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цели: выяснить взаимосвязь нравственного поведения и личностного имиджа публичной персоны, пути их гармоничного сопряжения и самосовершенствования личности профессионала в сфере связей с общественностью.

Задачи:

- выяснить объем понятий «этика» и «этикет»;

- установить границы понятия «имидж» по отношению к понятию «этикет»;

- продемонстрировать существенную взаимосвязь этикета и личного имиджа публичной персоны в связи с задачами связей с общественностью и позиционированием в СМИ.

Форма промежуточной аттестации экзамен.

Б1.В.ДВ.04.01 Политическая реклама

Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ(о)-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПКВ(о)-1.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

ПКВ-2 Способен принимать участие в разработке и продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ -2.1. Умеет создавать и реализовывать концепции проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ-2.2. Владеет навыками разработки и продвижения индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к курсам по выбору вариативной части профессионального цикла ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям включают знание студентами ключевых терминов и законодательных норм, связанных с политической рекламой, умение анализировать творческие приемы, используемые в создании политической рекламы, и оценивать их эффективность, способность определять аудиторную направленность, функциональное назначение конкретных образцов политической рекламы, умение самостоятельно проработать идейную концепцию политической рекламы по заданным условиям. Эта дисциплина осваивается студентами параллельно с дисциплинами «Политология», «Разработка рекламного продукта», «Организация и проведение коммуникационной кампании», «Политические технологии в рекламе и связях с общественностью», «Политический маркетинг», «Психология массовых коммуникаций», «Социология массовых коммуникаций».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель изучения учебной дисциплины – дать целостное представление о характере и формах политической рекламы, месте этого вида рекламы в массовой коммуникации.

Основные задачи учебной дисциплины: выделить место, занимаемое современной политической рекламой среди других разновидностей рекламы; описать историю становления политической рекламы, ее функциональное назначение; дать представление об институционализации политической рекламы в современной системе массовой коммуникации; проанализировать целевые аудиторные группы, тематический спектр, функциональное назначение политической рекламы; охарактеризовать предназначение и типичные формы политической рекламы; описать специфику законодательных норм, регулирующих указанные виды рекламы; проанализировать творческие особенности создания политической рекламы, эффективность воздействия на конечного потребителя при использовании традиционных и новых средств массовой коммуникации.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Б1.В.ДВ.04.02 Печатная полиграфическая реклама

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ(о)-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и

мероприятий

ПКВ(о)-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ-2 Способен принимать участие в разработке и продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ-2.2. Владеет навыками разработки и продвижения индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части блока Б.1. учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01. Реклама и связи с общественностью.

Цели и задачи учебной дисциплины:

Целями освоения учебной дисциплины являются:

- дать общее представление об особенностях полиграфической рекламы, о специфике различных видов полиграфической рекламы,
- познакомить студентов с профессиональной терминологией, использование которой будет необходимо в их профессиональной практической деятельности.

Задачи учебной дисциплины:

- рассмотреть основные классификации и виды полиграфической рекламы;
- научить студентов оценивать внешнее оформление и содержание полиграфической рекламы;
- продемонстрировать на конкретных примерах эффективность и неэффективность использования печатной и полиграфической рекламы;
- познакомить студентов с этапами организации процесса по созданию полиграфической рекламы.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.В.ДВ.05.01 Корпоративная культура

Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ(о)-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПКВ(о)-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ (о)-1.2 Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

ПКВ(о)-1.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

ПКВ-2. Способен принимать участие в разработке и продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ-2.1. Умеет создавать и реализовывать концепции проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

ПКВ-2.2. Владеет навыками разработки и продвижения индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Учебная дисциплина «Б1.В.ДВ.05.01 Корпоративная культура» относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Корпоративные связи - это комплексная деятельность. Главное же в ней - соответствие целям, которых компания стремится достигнуть, выстраивая систему взаимоотношений со своими сотрудниками. Корпоративные связи призваны повышать уровень лояльности и мотивированности персонала и эффективность деятельности работников фирмы. Создание позитивного имиджа компании в глазах сотрудников влияет на имидж компании во

внешнем мире, так как персонал является одним из каналов трансляции информации на широкий рынок. Поэтому корпоративные связи являются важнейшей частью или аспектом СО-практики. Место корпоративных связей в системе высшего образования определяется тем, что значимость работы с персоналом со временем только возрастает. Сегодня основную ценность бизнеса представляет трудовой коллектив компании. Правильно построенная работа по внутреннему PR поможет наладить внутрикорпоративные связи, организовать своевременное информирование работников о положении дел, сформировать положительный имидж компании и, как следствие, повысить лояльность и преданность каждого сотрудника. Учебная дисциплина «Б1.В.ДВ.05.01 Корпоративная культура» может быть соотнесена со следующими дисциплинами: «Этикет и имидж», «Технология производства в рекламе и связях с общественностью».

Цели и задачи учебной дисциплины: Целью освоения учебной дисциплины является создание целостного представления об основных социально-психологических закономерностях возникновения и функционирования социальных групп, групповых процессах, определяющих эффективность деятельности группы, влияние личности руководителя на успешность лидерства внутри организации, об основных принципах формирования и управления трудовыми коллективами и командами.

Задачи учебной дисциплины:

- овладение современными представлениями о внутренних связях и отношениях в организациях;
- изучение современных концепций, типологий организаций;
- формирование системного представления о видах и способах организации внутрикорпоративной коммуникации;
- знакомство с методами диагностики и коррекции корпоративной культуры инструментами внутрикорпоративных СО;
- изучение возможных способов использования инструментов внутрикорпоративных СО в деле укрепления имиджа организации, повышения ее цельности
- обобщение теоретического и анализ практического опыта;
- прояснение значения внутрикорпоративных отношений для связей с общественностью;
- тренинг навыков исследования и формирования организационного поведения, организационных взаимоотношений.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

Б1.В.ДВ.05.02 Нейминг в массовой коммуникации

Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ(о) – 3 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

ПКВ(о)-3.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;

ПКВ-2 Способен принимать участие в разработке и продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ-2.1. Умеет создавать и реализовывать концепции проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

ПКВ-2.2. Владеет навыками разработки и продвижения индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Учебная дисциплина «Нейминг в массовой коммуникации» относится к профессиональному циклу дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в вариативную часть этого цикла. «Нейминг в массовой коммуникации» является

важнейшей частью профессиональной подготовки специалиста. Место дисциплины в системе высшего образования определяется тем, что проблема нейминга является актуальной проблемой в современном обществе. В настоящее время назрела потребность в оптимизации процесса нейминга, в необходимости обобщения результатов исследований отечественных и зарубежных ученых в этой сфере, возникла необходимость разработки рекомендаций по эффективному неймингу.

Учебная дисциплина «Нейминг в массовой коммуникации» является последующей для дисциплины «Брендинг».

Цели и задачи учебной дисциплины

Цель изучения учебной дисциплины – освоить понятия нейминга и эффективного нейминга.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются: познакомить студентов с основными понятиями теории нейминга; познакомить со спецификой нейминга в различных сферах.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

Б1.В.ДВ.05.03 Тренинг конструктивного взаимодействия будущих специалистов с ОВЗ

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.

УК-6.1 Осуществляет самодиагностику и применяет знания о своих личностных ресурсах для успешного выполнения учебной и профессиональной деятельности.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к вариативной части рабочего учебного плана. Для освоения дисциплины «Тренинг конструктивного взаимодействия будущих специалистов с ОВЗ» необходимы знания, умения и компетенции, полученные при изучении соответствующих дисциплин основной образовательной программы бакалавриата по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Данная дисциплина является предшествующей для производственной преддипломной практики. Знания, полученные на дисциплине «Тренинг конструктивного взаимодействия будущих специалистов с ОВЗ», необходимы при планировании, организации и анализе научных исследований и проектов, реализуемых в команде с профессорско-преподавательским составом факультета и коллегами в будущей профессиональной деятельности в области информационной безопасности.

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель: формирование комплекса знаний, умений и навыков, обеспечивающих готовность к совместной деятельности и межличностному взаимодействию субъектов образовательной среды вуза. Научить учащихся с ОВЗ правильно ориентироваться в сложном взаимодействии людей и находить верные решения в спорных вопросах.

Задачами дисциплины являются:

- отработать навыки диагностики и прогнозирования конфликта, управления конфликтной ситуацией, а также навыков ведения переговоров и управления переговорным процессом в образовательной среде вуза;
- сформировать представления о различных подходах к разрешению конфликтов в образовательной среде вуза;
- осознать механизмы и закономерностей переговорного процесса;
- ставить задачи самоизменения в общении и решать их, используя полученный опыт;
- проектировать атмосферу для конструктивного взаимодействия.

Форма промежуточной аттестации: зачёт

Б1.В.ДВ.06.01 Принципы ведения переговоров

Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК- 4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

УК-4.1 Выбирает на государственном и языке коммуникативно приемлемые стили делового общения.

УК-4.4 Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества академической и деловой коммуникации на государственном языке.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Учебная дисциплина «Принципы ведения переговоров» относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Принципы ведения переговоров являются важнейшей частью профессиональной подготовки специалиста. Место дисциплины в системе высшего образования определяется тем, что навыки ведения переговорного процесса являются бесспорной составляющей профессиональных навыков человека. Умение эффективно вести переговоры, достигать согласие с оппонентом – неотъемлемая часть профессионализма. Современный специалист должен знать условия эффективных переговоров, различные виды аргументации и опровержения, тактические приемы переговорного процесса и уметь использовать эти знания на практике. Учебная дисциплина «Принципы ведения переговоров» является предшествующей для дисциплины «Риторика» и последующей для дисциплины «Основы теории коммуникации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Цель изучения учебной дисциплины – ознакомить студентов с особенностями делового общения в современных условиях и спецификой организации эффективного переговорного процесса, сформировать навыки ведения эффективных переговоров.

Основными задачами учебной дисциплины являются: познакомить студентов с основными видами споров; познакомить с основными условиями эффективного спора; ознакомить с правилами и приемами проведения переговоров в той или иной ситуации; дать сведения об основных способах воздействия на оппонента в различных коммуникативных ситуациях.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Б1.В.ДВ.06.02 Реклама в туризме

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ(о)-3 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

ПКВ(о)-3.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта

ПКВ-2 Принимает участие в разработке и продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ-2.2. Владеет навыками разработки и продвижения индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части блока Б.1. рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01. Реклама и связи с общественностью.

Цели и задачи учебной дисциплины:

Целью освоения учебной дисциплины является:

изучение рекламных технологий в туристической деятельности как одного из важнейших инструментов системы маркетинговых коммуникаций.

Задачи учебной дисциплины:

- рассмотрение основных принципов организации рекламной деятельности на предприятиях социально-культурного сервиса и туризма;
- изучение средств и методов распространения рекламной информации в туристическом бизнесе, взаимосвязи маркетинговой и рекламной стратегии фирмы, организации и планирования рекламной кампании в туризме, возможностей взаимодействия предприятий сервиса и рекламных агентств.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.В.ДВ.07.01 Политические технологии в рекламе и связях с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ(о)-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПКВ(о)-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ (о)-1.2 Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

ПКВ(о)-1.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

ПКВ-2 Способен принимать участие в разработке и продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ-2.1 Умеет создавать и реализовывать концепции проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ-2.2 Владеет навыками разработки и продвижения индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Учебная дисциплина «Политические технологии в рекламе и связях с общественностью» относится к Профессиональному циклу дисциплин, входит в вариативную часть этого цикла (дисциплины по выбору) учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Цель изучения учебной дисциплины – дать целостное представление об использовании СМИ при реализации политических технологий.

Комплексный характер предмета данной дисциплины предполагает решение следующих **задач:**

- знакомство студентов с теоретическими и прикладными аспектами реализации политических технологий в СМИ;
- характеристика основных подходов в классификации политических технологий;
- анализ технологий подавления политических противников в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективе;
- рассмотрение особенностей использования СМИ для реализации политических технологий государственных структур и неправительственных организаций;
- развитие навыков самостоятельного политического мышления.

Форма промежуточной аттестации – зачёт с оценкой.

Б1.В.ДВ.07.02 Политический маркетинг

Общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ(о)-3. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

ПКВ(о)-3.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта

ПКВ(о)-3.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта

ПКВ(о)-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами

ПКВ-2. Способен принимать участие в разработке и продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ-2.1. Умеет создавать и реализовывать концепции проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

ПКВ-2.2. Владеет навыками разработки и продвижения индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Учебная дисциплина «Политический маркетинг» относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (дисциплины по выбору).

Учебная дисциплина «Политический маркетинг» корреспондирует с курсами «Политология», «Консалтинг в связях с общественностью».

Цели и задачи учебной дисциплины: целью освоения учебной дисциплины является создание представления о сфере формирования и развития политических предпочтений, программ, идей и средств воздействия на электорат в интересах как субъекта политического процесса, так и социальных групп, сформировать представление о современном российском политическом ландшафте как неоднородной динамической системе.

Задачи учебной дисциплины:

- анализ научных дефиниций в сфере политического маркетинга;
- выявление факторов влияния на политический рынок в РФ;
- конструирование структуры политического рынка в РФ;
- анализ политической рекламы в современной России.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

ФТД.01 Социальная реклама

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ(о)-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий:

ПКВ(о)-1.1 Реализует типовые алгоритмы проектов в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ-2. Способен принимать участие в разработке и продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью:

ПКВ-2.1. Умеет создавать и реализовывать концепции проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к факультативной части рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профиля «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации». Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям включают: знание студентами ключевых терминов в области социальной рекламы, умение анализировать творческие приемы оформления и подачи социальной рекламы через различные каналы массовой коммуникации, а также оценивать их эффективность, способность определять аудиторную направленность социальной рекламы, способность самостоятельно проработать идейную концепцию социальной

рекламы (от слогана до композиционно-графической модели) для полиграфии. Дисциплине «Социальная реклама» предшествуют такие курсы, как «Основы рекламы», «Техника и технология средств массовой коммуникации», которые дают общее представление об особенностях функционирования массовой коммуникации в современном обществе и закладывают базовый теоретический фундамент для последующего детального изучения видов рекламы. Данная дисциплина осваивается студентами параллельно с другими предметами профессионального цикла: «Речевое воздействие в рекламе и связях с общественностью», «Основы связей с общественностью». Базируясь на них, студенты приступают к изучению механизмов воздействия на общественное мнение с применением таких инструментов, как социальная реклама. Курс является базой для учебной и производственных практик, связанных с созданием образцов социально ориентированных коммуникативных посланий, освоения знаний, необходимых в будущей практической рекламной и журналистской деятельности.

Цели и задачи учебной дисциплины:

- знакомство студентов с одним из специфических видов рекламы: социальной рекламой;
- формирование представлений о ее функциональном назначении, особенностях законодательного регулирования, каналах распространения;
- развитие практических навыков создания социальной рекламы с учетом характера целевой аудитории и творческой специфики.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

ФТД.02 Инновационные технологии в связях с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ(о)-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПКВ(о)-1.1 Реализует типовые алгоритмы проектов в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ-1 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

ПКВ - 1.2. Владеет основными онлайн и офлайн рекламными и СО-инструментами для формирования благоприятной коммуникационной среды

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Учебная дисциплина «Инновационные технологии в связях с общественностью» относится к факультетам Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью – Бакалавриат. Учебная дисциплина «Инновационные технологии в связях с общественностью» является необходимой для формирования у будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью навыков формирования современных методов работы в медиасреде. Курс помогает разрабатывать стратегию и тактику реализации коммуникационных проектов организаций и в целом способствует приобретению организационных навыков по обеспечению эффективной деятельности. Данная учебная дисциплина связана с рядом дисциплин, изучаемых в образовательных программах бакалавриата («Медиарилейшнз», «Связи с общественностью в сфере применения»).

Цели и задачи учебной дисциплины

Цель изучения учебной дисциплины — обеспечить необходимые теоретические и практические знания в области инноваций в коммуникации.

Задачи: закрепить на практике основные виды формирования подходов к созданию инновационных подходов в области новых технологий в медиарилейшнз. «Инновационные технологии в связях с общественностью» – дисциплина, в которой определяется место и

роль маркетинговых коммуникаций в маркетинговой деятельности современного предприятия, действующего в условиях глобальной конкурентной среды.
Форма промежуточной аттестации – зачет.

Аннотации программ учебной и производственной практик

Б2.О.01 (У) Учебная практика, профессионально-ознакомительная

Общая трудоемкость практики 9 з.е.

Практика направлена на формирование следующих компетенций с указанием кодов индикаторов их достижения:

ПКВ(о)-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

ПКВ(о)-1.1 Реализует типовые алгоритмы проектов в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ (о)-1.2 Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

ПКВ(о)-1.3 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

Место практики в структуре ОПОП: учебная практика является обязательной частью блока практик.

Целями учебной профессионально-ознакомительной практики являются знакомство с работой служб, выполняющих функции публичной коммуникации в вузе или в сторонней организации, получение первоначального представления о рекламе и / или связях с общественностью как сферах профессиональной деятельности.

Задачами учебной профессионально-ознакомительной практики являются приобретение первоначальных навыков работы в рекламной структуре или структуре, выполняющей функции СО (агентстве, пресс-службе и т.п); приобретение исполнительских навыков при решении производственных задач менеджера по рекламе или СО.

Тип практики (ее наименование): учебная ознакомительная.

Способ проведения практики: стационарная.

Форма проведения практики: дискретная.

Разделы (этапы) практики: подготовительный, ознакомительно-деятельностный, финально-аналитический (подготовительный этап включает инструктаж по технике безопасности и постановку целей и задач практики, ознакомительно-деятельностный включает знакомство со структурой, целями и задачами организации, выполнение заданий, финально-аналитический включает обработку и анализ полученной информации, подготовку отчета по практике, формирование портфолио).

Форма промежуточной аттестации - зачет с оценкой

Б2.О.02 (П) Производственная практика, профессионально-творческая

Общая трудоемкость практики 6 з.е.

Практика направлена на формирование следующих компетенций с указанием кодов индикаторов их достижения:

ПКВ(о)-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

ПКВ(о)-1.1 Реализует типовые алгоритмы проектов в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ (о)-1.2 Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

ПКВ(о)-1.3 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

ПКВ(о)-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.

ПКВ(о)-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПКВ(о)-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта

ПКВ(о)-2.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

ПКВ – 1 Способен в профессиональной деятельности принимать основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

ПКВ– 1.1. Умеет применять современные цифровые устройства и использовать новейшие программы для продвижения продуктов

ПКВ – 1.2. Владеет основными онлайн и офлайн рекламными и СО-инструментами для формирования благоприятной коммуникационной среды

Место практики в структуре ОПОП: профессионально-творческая практика является обязательной частью блока практик.

Целями производственной профессионально-творческой практики являются приобретение умений и навыков работы с внутренними и внешними целевыми аудиториями базы практики: сотрудниками, клиентами, партнерами, органами государственной власти, общественными, некоммерческими, образовательными, благотворительными организациями, организациями здравоохранения, коммерческими структурами, политическими партиями, СМИ и др.

Задачами производственной практики является приобретение профессиональных умений и опыта коммуникационной деятельности во взаимодействии с внутренними и внешними целевыми аудиториями организации.

Тип практики (ее наименование): производственная.

Способ проведения практики: стационарная.

Форма проведения практики: дискретная.

Разделы (этапы) практики: подготовительный, ознакомительно-деятельностный, финально-аналитический (подготовительный этап включает инструктаж по технике безопасности и постановку целей и задач практики, ознакомительно-деятельностный включает знакомство со структурой, целями и задачами организации, выполнение заданий, финально-аналитический включает обработку и анализ полученной информации, подготовку отчета по практике, формирование портфолио).

Форма промежуточной аттестации - зачет с оценкой.

Б2.В.01 (П) Производственная практика, организационно-творческая

Общая трудоемкость практики 6 з.е.

Практика направлена на формирование следующих компетенций с указанием кодов индикаторов их достижения:

ПКВ(о)-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

ПКВ(о)-1.1 Реализует типовые алгоритмы проектов в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ (о)-1.2 Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

ПКВ(о)-1.3 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

ПКВ(о)-3 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

ПКВ(о)-3.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта

ПКВ(о)-3.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта

ПКВ(о)-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами
ПКВ - 2 Способен принимать участие в разработке и продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ -2.1. Умеет создавать и реализовывать концепции проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ-2.2. Владеет навыками разработки и продвижения индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

ПКВ-3 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа

ПКВ-3.1. Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта

ПКВ-3.2. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала

Место практики в структуре ОПОП: организационно-творческая практика является вариативной частью блока практик.

Целями производственной организационно-творческой практики является приобретение умений и навыков создания рекламного продукта в расчете на ожидания целевых аудиторий заказчика.

Задачами производственной практики является приобретение профессиональных умений и опыта творческой деятельности с учетом целевых аудиторий организации.

Тип практики (ее наименование): производственная.

Способ проведения практики: стационарная.

Форма проведения практики: дискретная.

Разделы (этапы) практики: подготовительный, ознакомительно-деятельностный, финально-аналитический (подготовительный этап включает инструктаж по технике безопасности и постановку целей и задач практики, ознакомительно-деятельностный включает знакомство со структурой, целями и задачами организации, выполнение заданий, финально-аналитический включает обработку и анализ полученной информации, подготовку отчета по практике, формирование портфолио).

Форма промежуточной аттестации - зачет с оценкой

Б2.О.03 (Пд) Производственная практика, преддипломная

Общая трудоемкость практики 6 з.е.

Практика направлена на формирование следующих компетенций с указанием кодов индикаторов их достижения:

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

УК-1.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними.

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. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ

ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ПКВ(о)-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

ПКВ(о)-1.1 Реализует типовые алгоритмы проектов в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ (о)-1.2 Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

ПКВ(о)-1.3 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

ПКВ(о)-3 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

ПКВ(о)-3.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта

ПКВ(о)-3.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта

ПКВ(О)-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами

Место практики в структуре ОПОП: преддипломная практика является обязательной частью блока практик.

Целью производственной преддипломной практики является подготовка выпускной квалификационной работы.

Задачами производственной преддипломной практики является осмысление коммуникационной деятельности организации, формирование портфолио, подготовка выпускной квалификационной работы в соответствии с дипломным заданием.

Тип практики (ее наименование): производственная.

Способ проведения практики: стационарная.

Форма проведения практики: дискретная.

Разделы практики: подготовительный, производственно-деятельностный, финально-аналитический. Подготовительный этап включает инструктаж по технике безопасности и целях, задачах практики. Производственно-деятельностный включает выполнение заданий организации, выполнение заданий. Финально-аналитический включает обработку и анализ полученной информации, подготовку отчета по практике в виде портфолио и текста выпускной квалификационной работы к защите в ходе итоговой государственной аттестации перед государственной экзаменационной комиссией.

Форма промежуточной аттестации - зачет с оценкой.

