

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:

Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 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 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:

Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 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:

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.

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-1.2 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.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 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:

Целью освоения учебной дисциплины является 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, зачет, 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 в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов

УК-8.1 Идентифицирует и анализирует опасные и вредные факторы элементов среды обитания и в рамках осуществляемой деятельности; знает основные вопросы безопасности жизнедеятельности;

УК-8.2 Способен осуществлять действия по предотвращению возникновения чрезвычайных ситуаций природного, техногенного, социального (биолого-социального) происхождения; грамотно действовать в чрезвычайных ситуациях мирного и военного времени, создавать безопасные условия реализации профессиональной деятельности;

УК-8.3 Готов принимать участие в оказании первой и экстренной допсихологической помощи при травмах и неотложных состояниях, в том числе в условиях чрезвычайных ситуаций в мирное и военное время;

УК-8.4 Способен обеспечить безопасные и/или комфортные условия труда на рабочем месте, в том числе с помощью средств защиты; выявить и устранить проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 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

Целью освоения учебной дисциплины является ознакомление 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: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 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:

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 и иностранном(ых) языке(ах)

УК-4.2. Использует знание норм современного русского языка 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 и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 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:

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;

- изучить трудные случаи орфографических норм русского языка;

- изучить трудные случаи 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 и иностранном(ых) языке(ах).

УК-4.2. Использует знание норм современного русского языка 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: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 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:

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, экзамен, экзамен.

Б1.О.08 Экономика и финансовая грамотность

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК -9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

УК-9.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики

УК-9.2 Понимает основные виды государственной социально-экономической политики и их влияние на индивида

УК-9.3 Использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом)

УК-9.4 Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения поставленных целей

УК-9.5 Контролирует собственные экономические и финансовые риски.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 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

Целью освоения учебной дисциплины является 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;
- развить у обучающихся способность вырабатывать собственную позицию по актуальным теоретическим проблемам экономической науки и ее практическим приложениям;
- сформировать умения проводить самостоятельные научные исследования и обобщать полученные результаты, формулировать и обосновывать аргументы в защиту собственной позиции.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

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: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 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:

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: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 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 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 и иностранном(ых) языке(ах)

УК-4.2. Использует знание норм современного русского языка в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном языке

УК-4.3 Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции 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: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 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:

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 обязательной части блока Б.1 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:

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 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

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-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

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 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:

Целями освоения учебной дисциплины являются:

- получение обучающимися общего представления об основах рекламы, отдельных элементах комплекса маркетинговых коммуникаций, формирование базовых профессиональных компетенций 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 понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

ОПК-6.2. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение

ОПК-6.3. 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 Б.1 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 освоения учебной дисциплины:

- знакомство студентов с современными 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 допечатной 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 понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.

ОПК-6.1. Осуществляет поиск, сбор, хранение, обработку информации при решении задач профессиональной деятельности.

ОПК-6.2. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.

ОПК-6.3 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 Б.1 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:

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.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 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

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.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 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:

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, экзамен.

Б1.О.19 Основы теории коммуникации

Общая трудоемкость дисциплины 4 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-3.4 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- 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

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 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

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:

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

ПК-3 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

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

ПК-3.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 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

Целью освоения учебной дисциплины является:

- 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 – 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

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 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

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 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

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;
- дать теоретические знания 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 Б.1 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:

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

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

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

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 Б.1 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:

Целью освоения учебной дисциплины является:

– 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.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 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

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: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 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: 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.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 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 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.

ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.

ПК-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.

ПК-2.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 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

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: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 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

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

Задачи учебной дисциплины:

- выявить 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;
- выявить основные положения проекта профессионального стандарта специалиста по связям с общественностью, разработанного РАСО;
- выявить объем понятий «профессиональные стандарты» и «этика»;
- установить границы понятий «связи с общественностью», «реклама» по отношению к понятиям «этика», «профессиональные стандарты»;
- продемонстрировать существенную 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 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: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 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 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.О. 31 Медиапланирование

Общая трудоемкость дисциплины 4 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-7.2. 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 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

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 Редактирование медиатекста

Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е.

Дисциплина направлена на освоение 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-1.2 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

ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-2.4 Осуществляет создание и редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами и форматами

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 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:

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.О.33 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

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 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

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.34 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

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

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

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-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 блока Б.1 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

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;
- ознакомить 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 части, формируемой участниками образовательных отношений, 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:

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: зачет.

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:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.4 Осуществляет создание коммуникационных продуктов с учетом современных информационных технологий (в том числе Интернет-технологий)

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, 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:

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 Основы права и антикоррупционного законодательства

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.

УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению.

УК-10.1 Проявляет готовность добросовестно выполнять профессиональные обязанности на основе принципов законности.

УК-10.2 Поддерживает высокий уровень личной и правовой культуры, соблюдает антикоррупционные стандарты поведения.

УК-10.3 Дает оценку и пресекает коррупционное поведение, выявляет коррупционные риски.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, 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 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 Маркетинговое обеспечение проектов в сфере рекламы и связей с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-3 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

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

ПК-3.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта

ПК-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, 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 курса - формирование у студентов представления о специфике проведения маркетинговых исследований на этапе создания и реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью.

Задачи курса:

- обеспечить необходимые теоретические и практические навыки маркетинговых исследований и ситуационного анализа;
- закрепить на практике основные виды исследовательской работы;
- освоить технологии необходимых для проектирования маркетингового исследования рынка, товара/услуги, конкурентов, целевой аудитории, коммуникационного аудита, а также составления карты пути клиента.

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: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, 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

Целью освоения учебной дисциплины является: 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-4.1. Выбирает на государственном и иностранном языке коммуникативно приемлемые стратегии делового общения

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 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

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:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.1 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

ПК-1.4 Осуществляет создание коммуникационных продуктов с учетом современных информационных технологий (в том числе Интернет-технологий)

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

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:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.1 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

ПК-1.4 Осуществляет создание коммуникационных продуктов с учетом современных информационных технологий (в том числе Интернет-технологий)

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, 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 - 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:

ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов-коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-2.4 Осуществляет создание и редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами и форматами

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, 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

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 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-2.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов-коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-2.4 Осуществляет создание и редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами и форматами

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, 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

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:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.4 Осуществляет создание коммуникационных продуктов с учетом современных информационных технологий (в том числе Интернет-технологий)

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

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:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании 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 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

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:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

ПК-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 части, формируемой участниками образовательных отношений, 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

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:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании 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 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

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:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.4 Осуществляет создание коммуникационных продуктов с учетом современных информационных технологий (в том числе Интернет-технологий)

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, 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

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:

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, 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:

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:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.4 Осуществляет создание коммуникационных продуктов с учетом современных информационных технологий (в том числе Интернет-технологий)

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

ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, 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:

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 Брендинг

Общая трудоемкость дисциплины - 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-3 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

ПК-3.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации 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 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

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.В.19 Особенности языка рекламы

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-2.4 Осуществляет создание и редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами и форматами

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, 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:

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:

ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-2.4 Осуществляет создание и редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами и форматами

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, 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:

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 Организация работы отдела связей с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

ПК-1.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании 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 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

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.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: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, 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 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.23 Организация работы отдела рекламы

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-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 части, формируемой участниками образовательных отношений, 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

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.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:

ПК-3 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

ПК-3.1 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта;

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 (Дисциплины по выбору) 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

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 – зачет.

Б1.В.ДВ.01.02 Лоббизм

Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-3 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

ПК-3.3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 (Дисциплины по выбору) 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 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 – зачет.

Б1.В.ДВ.02.01 Фотография в рекламе

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.4 Осуществляет создание коммуникационных продуктов с учетом современных информационных технологий (в том числе Интернет-технологий)

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

ПК-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

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 (Дисциплины по выбору) 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: 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:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.4 Осуществляет создание коммуникационных продуктов с учетом современных информационных технологий (в том числе Интернет-технологий)

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

ПК-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

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 (Дисциплины по выбору) 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: 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.03.01 Тексты и документооборот

Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-2.4 Осуществляет создание и редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами и форматами

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 (Дисциплины по выбору) 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

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 положениях, 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:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 (Дисциплины по выбору) 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:

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 сущностную взаимосвязь этикета и личностного 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:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-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 части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 (Дисциплины по выбору) 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 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 Персонаж в бренд-коммуникации

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-2.3 Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 (Дисциплины по выбору) рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Целями освоения учебной дисциплины являются:

ознакомление студентов с теоретическими и практическими знаниями в области персониферы бренд-коммуникации.

Задачи учебной дисциплины:

- дать системное представление о персонифере бренд-коммуникации;
- изучить основные классификации и функции персонажей бренд-коммуникации;
- продемонстрировать коммуникативные возможности персонажа бренд-коммуникации;
- теоретически обосновать необходимость знаний о персонаже бренд-коммуникации;
- продемонстрировать на конкретных примерах эффективность использования тех или иных видов персонажей в бренд-коммуникации;

– научить студентов на практике применять знания о персонификации при создании медиатекстов.

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:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 (Дисциплины по выбору) 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: 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:

ПК-3 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

ПК-3.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 (Дисциплины по выбору) 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 изучения учебной дисциплины – освоить понятия нейминга и эффективного нейминга;

овладеть принципами построения эффективного названия.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются: познакомить студентов с основными понятиями теории нейминга; познакомить с основными составляющими эффективности коммерческого названия; дать информацию о месте нейминга в системе родственных понятий – коммерческая номинация, товарный знак, бренд, номен и др.; дать сведения об основных методах определения эффективности коммерческого названия.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

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: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 (Дисциплины по выбору) 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 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 Принципы устойчивого развития компании

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

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

ПК-3 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

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

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 (Дисциплины по выбору) 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 курса - формирование у студентов представления о ESG-принципах и основных целях брендов в области устойчивого развития.

Задачи курса:

- обеспечить необходимые теоретические и практические навыки оценки показателей устойчивого развития компаний;
- рассмотреть мировую и отечественную практики продвижения компаний посредством ESG-технологий (экологических, социальных и правительственных инициатив);
- исследовать теоретико-методологические основы управления устойчивым развитием в российских компаниях на основе принципов КСО;
- освоить методики адаптации приоритетных направлений совершенствования управления устойчивым развитием компаний в долгосрочной перспективе к потребностям конкретного бизнеса.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.В.ДВ.06.03 Правовые и организационные основы добровольческой (волонтерской) деятельности

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-3.4 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.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 (Дисциплины по выбору) 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:

Целями освоения учебной дисциплины являются: освоение обучающимися ключевых понятий и базовых компонентов добровольческой (волонтерской) деятельности, их взаимодействия с НКО.

Задачи учебной дисциплины:

- сформировать основы понимания социальных, управленческих, педагогических аспектов добровольческой (волонтерской) деятельности и функционирования СОНКО в структуре российского гражданского общества;

- расширить теоретические и практические знания в области организации добровольческой (волонтерской) деятельности, а также эффективного взаимодействия с социально-ориентированными НКО;

- сформировать навыки самостоятельного решения профессиональных задач в области содействия развитию волонтерства.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

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:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 (Дисциплины по выбору) 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 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:

ПК-3 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

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

ПК-3.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта

ПК-3.3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 (Дисциплины по выбору) 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: целями 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:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к факультативам 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:

- 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:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.

ПК-1.4 Осуществляет создание коммуникационных продуктов с учетом современных информационных технологий (в том числе Интернет-технологий)

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к факультативам 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 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.В.01 (У) Учебная практика, профессионально-ознакомительная

Общая трудоемкость практики 9 з.е.

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

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

ПК-2.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.

ПК-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.

Место практики в структуре ОПОП: учебная практика относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока практик.

Целью учебной профессионально-ознакомительной практики является 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.

Способ проведения практики: стационарная.

Форма проведения практики: дискретная, реализуется частично в форме практической подготовки.

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.02 (П) Производственная практика, профессионально-творческая

Общая трудоемкость практики 6 з.е.

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

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.4 Осуществляет создание коммуникационных продуктов с учетом современных информационных технологий (в том числе Интернет-технологий)

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

ПК-2.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.

ПК-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.

ПК-2.3 Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

ПК-2.4 Осуществляет создание и редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами и форматами

Место практики в структуре ОПОП: профессионально-творческая практика относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока практик.

Целью производственной профессионально-творческой практики является 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, реализуется частично в форме практической подготовки.

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.03 (П) Производственная практика, проектная

Общая трудоемкость практики 6 з.е.

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

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

ПК-1.1 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.

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

ПК-1.3 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.

ПК-3 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

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

ПК-3.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта

ПК-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами

Место практики в структуре ОПОП: проектная практика относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока практик.

Целью производственной проектной 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 проектной деятельности с учетом целевых аудиторий организации.

Тип практики (ее наименование): производственная.

Способ проведения практики: стационарная.

Форма проведения практики: дискретная, реализуется частично в форме практической подготовки.

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.01 (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-1.2. 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

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

ПК-1.1 Реализует типовые алгоритмы проектов в сфере рекламы и связей с общественностью

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

ПК-1.3 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

ПК-3 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

ПК-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, реализуется частично в форме практической подготовки.

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.