

**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 социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения.

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

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

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

**Форма промежуточной аттестации** – экзамен.

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

**Общая трудоемкость дисциплины:** 4 з.е

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

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

УК-5.1 Определяет специфические черты исторического наследия и социокультурные традиции различных социальных групп, опираясь на знание этапов исторического развития России (включая основные события, основных исторических деятелей) в контексте

мировой истории и ряда культурных традиций мира (в зависимости от среды и задач образования).

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

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

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

**Задачи** учебной дисциплины:

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

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

### **Б1.О.03 Иностранный язык**

**Общая трудоемкость дисциплины:** 8 з.е.

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

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

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

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

**Задачи** учебной дисциплины:

- повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования;
- овладение обучающимися иностранным языком для самообразования в выбранном направлении.

**Формы промежуточной аттестации:** зачет, экзамен.

#### **Б1.О.04 Безопасность жизнедеятельности**

**Общая трудоемкость дисциплины:** 2 з.е.

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

УК-8 Способен создавать и поддерживать 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 (биологического-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:** Учебная дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» относится к Блоку 1. Дисциплины (модули), базовая часть.

**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:** входит в обязательную часть дисциплин базового блока.

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

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

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

## **Б1.О.06 Речевая культура устной и письменной коммуникации**

**Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е.**

**Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации 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:** Учебная дисциплина относится к обязательной части блока Б1 учебного плана.

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Цели** данной дисциплины:

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

-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 языкоznания;
- 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:** Учебная дисциплина относится к обязательной части блока Б1 учебного плана.

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

Курс "Современного русского языка" ставит **целью** создание у студента целостного, всестороннего и глубокого представления о происхождении, устройстве и функционировании современного русского языка; представления о нормах разных языковых уровней. Разделы «Лексикология», «Морфемика и словообразование», «Морфология», «Синтаксис» дают знания об устройстве и функционировании соответствующих систем русского языка.

**Основные задачи** дисциплины:

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

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

### **Б1.О.08 Экономика 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:** обязательная часть блока Б1.

**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:** Политология относится к циклу гуманитарных и социально-экономических дисциплин обязательного блока.

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

**Задачи:** развить у студентов аналитическое мышление при оценке современных политических событий, как на микро, так и на макроуровне; сформировать понимание важности гражданской позиции в оценке отечественного политического процесса и мировых процессов общественного развития; развить у студентов навыки практического политического анализа современных реалий общества, показать студентам связь политической науки и других гуманитарных дисциплин, единство вузовского

гуманитарного цикла; обеспечить усвоение студентами основных категорий политологии и умение оперировать ими; ознакомить студентов с сущностью и функциями основных политических институтов (государственных и общественных), с этапами и циклами политического процесса; обеспечить понимание студентами своеобразия политического развития России, ознакомить их с особенностями российского государства на разных этапах его развития, со спецификой взаимодействия общества и власти, с характеристиками партийной и избирательной систем современной России, с основными чертами российской политической культуры и идеологии.

**Форма промежуточной аттестации** – зачет.

### **Б1.О.10 История русской и зарубежной литературы**

**Общая трудоемкость дисциплины:** 7 з.е.

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

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

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины**

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

**Задачи** учебной дисциплины:

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

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

### **Б1.О.11 Стилистика**

**Общая трудоемкость дисциплины:** 4 з.е.

**Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации 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:** Учебная дисциплина относится к обязательной части блока Б1 учебного плана.

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

**Основные задачи** дисциплины:

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

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

### **Б1.О.12 История искусства**

**Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.**

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

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

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

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

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

**Форма промежуточной аттестации:** зачёт с оценкой.

### **Б1.О.13 Основы журналистики**

**Общая трудоемкость дисциплины:** 2 з.е.

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.

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

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

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

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Цели и задачи лекционных занятий:**

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

**Цели и задачи практических занятий:**

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

**Форма промежуточной аттестации:** зачёт.

### **Б1.О.14 Основы рекламы**

**Общая трудоемкость дисциплины:** 4 з.е.

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

ОПК-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 42.03.01. Реклама и связи с общественностью.

### **Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Целями освоения учебной дисциплины являются:**

- получение обучающимися общего представления об основах рекламы, отдельных элементах комплекса маркетинговых коммуникаций, формирование 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:** обязательная часть блока Б1

**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 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01. Реклама и связи с общественностью.

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

**Задачи** дисциплины:

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

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

### **Б1.О.17 Основы связей с общественностью**

**Общая трудоемкость дисциплины** 4 з.е.

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

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

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

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины**

**Целью** освоения учебной дисциплины является:

- обеспечить необходимые теоретические и практические знания в области СО.

**Задачи** учебной дисциплины:

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

**Форма промежуточной аттестации – экзамен.**

### **Б1.О.18 Технологии медиатворчества**

**Общая трудоемкость дисциплины:** 8 з.е.

**Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций:**

**ОПК-1.** Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

**ОПК-1.1.** Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Цели и задачи лекционных занятий:**

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

**Цели и задачи практических занятий:**

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

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

### **Б1.О.19 Основы теории коммуникации**

**Общая трудоемкость дисциплины 4 з.е.**

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

**УК-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:** Учебная дисциплина относится к базовой части рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01

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

### **Цели и задачи учебной дисциплины**

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

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

**Форма промежуточной аттестации** – экзамен.

### **Б1.О.20 Основы интегрированных коммуникаций**

**Общая трудоемкость дисциплины** 4 з.е.

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

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:** обязательная часть блока Б1.

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

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

знакомства с особенностями организации рекламной и СО-деятельности и понимания их специфики.

**Цели и задачи учебной дисциплины**

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

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

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

**Форма промежуточной аттестации** – экзамен.

### **Б1.О.22 Медиаэкономика**

**Общая трудоемкость дисциплины:** 3 з.е.

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Цели и задачи лекционных занятий:**

- ознакомить студентов с основными законами и концепциями медиарынка, маркетинга, менеджмента;
- ознакомить студентов с новейшей историей становления в России медиарынка;
- ознакомить с принципами организации и работы медиапредприятия;
- 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 Б1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

**Цели и задачи учебной дисциплины**

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

**Задачи курса:**

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

**Форма промежуточной аттестации** – экзамен.

### **Б1.О.24 Психология массовых коммуникаций**

**Общая трудоемкость дисциплины:** 3 з.е.

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

**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 42.03.01. Реклама и связи с общественностью.

**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 рабочего учебного плана подготовки специалистов по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации» дневное отделение.

**Цели и задачи учебной дисциплины**

**Целью освоения учебной дисциплины является:**

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

**Задачи учебной дисциплины:**

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

-сформировать знания методологии прикладного исследования массовой коммуникации;

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

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

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

**Форма промежуточной аттестации – экзамен.**

### **Б1.О.26 Регулирование в маркетинговых коммуникациях**

**Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е.**

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

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

УК-2.3 Решает конкретную задачу с учетом требований правовых норм. ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

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

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

### **Б1.О.27 Управление общественным мнением и СМИ**

**Общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.**

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

УК- 2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

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

УК - 2.6 Оценивает эффективность результатов проекта.

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** Учебная дисциплина «Управление общественным мнением и СМИ» относится к профессиональному циклу дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в обязательную часть этого цикла. «Управление общественным мнением и СМИ»

является значимой частью подготовки специалиста. Место дисциплины в системе высшего образования определяется тем, что результаты управления общественным мнением и СМИ отражаются на всех направлениях социальной деятельности. Существует острая потребность в описании и систематизации данных о способах и технологиях управления общественным мнением в соответствии с правовыми и этическими профессиональными нормами.

### **Цели и задачи учебной дисциплины**

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

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

**Форма промежуточной аттестации** – зачет.

### **Б1.О.28 Разработка рекламного продукта**

**Общая трудоемкость дисциплины 4 з.е.**

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

**ОПК-1** Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

**ОПК-1.1.** Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ

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

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

### **Цели и задачи учебной дисциплины**

**Целями освоения учебной дисциплины являются:**

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

**Задачи** учебной дисциплины:

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

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

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

**Общая трудоемкость дисциплины** 3 з.е.

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-5.1. Знает совокупности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины**

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

**Задачи** учебной дисциплины:

- выяснить предназначение и содержание деятельности по связям с общественностью и её значение для экономики, культуры, социального развития России и регионов;
- определить перспективы развития профессиональной деятельности по связям с общественностью на ближайшие годы;
- выяснить основные положения проекта профессионального стандарта специалиста по связям с общественностью, разработанного РАСО;
- выяснить объем понятий «профессиональные стандарты» и «этика»;
- установить границы понятий «связи с общественностью», «реклама» по отношению к понятиям «этика», «профессиональные стандарты»;
- продемонстрировать сущностную взаимосвязь этики и личностного поведения публичной персоны в связи с задачами паблик 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:** Учебная дисциплина «Риторика» относится к базовой части рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Риторика является важнейшей частью общепрофессиональной подготовки специалиста. Место риторики в системе высшего образования определяется тем, что коммуникативные навыки специалиста, в том числе навыки эффективного публичного выступления, являются бесспорной составляющей его профессиональных навыков. Умение говорить публично – неотъемлемая часть профессионализма. Современный специалист должен знать основные требования к публичному выступлению, способы публичного речевого воздействия на человека, приемы привлечения и поддержания внимания аудитории и уметь использовать эти знания на практике. Учебная дисциплина «Риторика» является последующей для дисциплин «Русский язык и культура речи», «Основы теории коммуникации».

**Цели и задачи учебной дисциплины**

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

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

**Форма промежуточной аттестации** – зачет.

### **Б1.О. 31 Медиапланирование**

**Общая трудоемкость дисциплины 4з.е.**

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

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

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины**

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

**Задачи:** закрепить на практике основные виды формирования медиастратегий.

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

### **Б1.О.32 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-5 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа

ПК-5.1 Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта.

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** Дисциплина относится к базовой части рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

**Основные задачи** дисциплины:

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

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

### **Б1.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:** Учебная дисциплина «Консалтинг в связях с общественностью» относится к базовой части рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (обязательные

дисциплины). Будучи преимущественно прикладной, настоящая дисциплина дает представление о многообразии деятельности специалиста по связям с общественностью в XXI веке. Ввиду усложняющихся задач продвижения организации и ее взаимодействия с многообразными целевыми аудиториями – внутренними (персонал, топ-менеджмент), внешними (клиентами, партнерами, СМИ, органами государственной власти) консалтинг в связях с общественностью призван способствовать гармонизации общественных отношений с учётом интересов разных целевых аудиторий. Учебная дисциплина «Консалтинг в связях с общественностью» является предшествующей для дисциплины «Связи с общественностью в сфере применения». Дисциплине «Консалтинг в связях с общественностью» предшествует изучение дисциплины «Основы связей с общественностью».

### **Цели и задачи учебной дисциплины**

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

### **Задачи** учебной дисциплины:

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

**Форма промежуточной аттестации** – зачет.

## **Б1.О.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:** Учебная дисциплина «Управление медиапроектами» относится к обязательной части дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (бакалавр). Данная учебная

дисциплина систематизирует знания, умения и навыки, полученные в процессе изучения предшествующего курса «Менеджмент в массмедиа». Данная дисциплина является предшествующей для курсов «Организация и проведение коммуникационной кампании», «Реклама в сфере применения», «Организационно-творческой производственной практики».

**Цели и задачи учебной дисциплины**

**Целью** освоения учебной дисциплины является:

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

**Задачи** учебной дисциплины:

- дать представление о месте проектов в системе медиарынка;
- 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, рабочего учебного плана направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Курс предполагает наличие у студентов умений и навыков по основам мировой художественной культуры истории отечественной и зарубежной литературы, истории в объеме программы высшего профессионального образования. Знания и навыки, полученные при изучении данного курса, необходимы при подготовке и написании ВКР по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, для изучения курсов: Психология массовой коммуникации, Этикет и имидж, Визуализация проекта.

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

**Задачи курса:**

- проследить становление и развитие понятий «культура» и «цивилизация»;
- рассмотреть взгляды общества на место и роль культуры в социальном процессе;
- дать представление о типологии и классификации культур, внутри- и межкультурных коммуникациях;
- осуществить знакомство с основными направлениями методологии культурологического анализа;

- проанализировать историко-культурный материал, исходя из принципов цивилизационного подхода;
- выделить доминирующие в той или иной культуре ценности, значения и смыслы, составляющие ее историко-культурное своеобразие.

**Форма промежуточной аттестации:** зачёт.

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

**Общая трудоемкость дисциплины:** 2 з.е.

**Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

ПК-4. Способен в профессиональной деятельности принимать основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

ПК- 4.2. Владеет основными онлайн и офлайн рекламными и СО-инструментами для формирования благоприятной коммуникационной среды

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, рабочего учебного плана направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

**Задачи** дисциплины:

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

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

### **Б1.В.03 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:** Учебная дисциплина «Основы права и антикоррупционного законодательства» относится к вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла дисциплин ФГОС по направлению подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина входит в группу дисциплин, формируемых участниками образовательных отношений.

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

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

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

### **Б1.В.04 Маркетинговые исследования и ситуационный анализ**

**Общая трудоемкость дисциплины** 3 з.е.

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

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

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины**

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

**Задачи** курса:

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

**Форма промежуточной аттестации** – зачёт с оценкой.

### **Б1.В.05 Психология личности и ее саморазвития**

**Общая трудоемкость дисциплины:** 2 з.е.

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### **Цели и задачи учебной дисциплины**

**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 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

**Цели и задачи учебной дисциплины**

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

В систему курса входят следующие **задачи**:

- ознакомить студентов с законами и правилами общения;
- научить студентов оценивать эффективность применения законов и правил общения в данной коммуникативной ситуации;
- научить студентов отбору приемов речевого воздействия, наиболее эффективных для конкретной коммуникативной ситуации;
- научить студентов отличать речевое воздействие от манипулирования в рекламе и связях с общественностью.

**Форма промежуточной аттестации** - зачет.

### **Б1.В.07 Реклама в интернете**

**Общая трудоемкость дисциплины** - 2 з.е.

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

ПК-4. Способен в профессиональной деятельности принимать основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникации.

ПК - 4.1. Умеет применять современные цифровые устройства и использовать новейшие программы для продвижения продуктов

ПК - 4.2. Владеет основными онлайн и офлайн рекламными и СО-инструментами для формирования благоприятной коммуникационной среды

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

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

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

**Форма промежуточной аттестации** - зачет.

### **Б1.В.08 Связи с общественностью в интернете**

**Общая трудоемкость дисциплины** 2 з.е.

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

ПК - 4 Способен в профессиональной деятельности принимать основные технологические решения, технические средства, приёмы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

ПК - 4.1. Умеет применять современные цифровые устройства и использовать новейшие программы для продвижения продуктов

ПК - 4.2. Владеет основными онлайн и офлайн рекламными и СО-инструментами для формирования благоприятной коммуникационной среды

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

**Цели и задачи учебной дисциплины**

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

**Задачи курса:**

- систематизировать основные понятия, используемые в теории и практике связей с общественностью в интернете;
- познакомиться с основными принципами СО в интернете;
- получить практические навыки реализации СО-проектов и кампаний в интернете;
- получить навыки медиапланирования в сети;
- изучить основные мобильные приложения и программы, необходимые для осуществления СО-деятельности в интернете.

**Форма промежуточной аттестации** – зачёт.

### **B1.B.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-5 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа

ПК-5.1. Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта

ПК-5.2. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала.

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

**Цели и задачи учебной дисциплины**

**Целью** освоения учебной дисциплины является:

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

**Задачи** учебной дисциплины:

- знакомство студентов с основными понятиями раздела «Жанровая типология СО-текстов»,
  - формирование представления об основах жанровой типологии СО-текстов (terminологии, 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-5 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа

ПК-5.1. Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** Учебная дисциплина «Тексты в рекламе» относится к вариативной части дисциплин учебного плана Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (бакалавр). Данная учебная дисциплина развивает умения и навыки, полученные в процессе изучения предшествующих курсов: «Основы рекламы», «Тексты в связях с общественностью». Данная дисциплина является предшествующей для курсов «Разработка рекламного продукта», «Организация и проведение коммуникационной кампании», «Организационно-творческой производственной практики».

**Цели и задачи учебной дисциплины**

**Целью освоения учебной дисциплины является:**

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

**Задачи** учебной дисциплины:

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

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

### **Б1.В.11 Наружная реклама**

**Общая трудоемкость дисциплины** - 2 з.е.

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

ПК - 4 Способен в профессиональной деятельности принимать основные технологические решения, технические средства, приёмы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

ПК - 4.2. Владеет основными онлайн и офлайн рекламными и СО-инструментами для формирования благоприятной коммуникационной среды

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** к вариативной части рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01. «Реклама и связи с

общественностью». Дисциплина «Основы рекламы» является предшествующей по отношению к данной.

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

**Задачами** освоения учебной дисциплины являются:

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

**Форма промежуточной аттестации** - зачет.

### **Б1.В.12 Специальное событие**

**Общая трудоемкость дисциплины** 2 з.е.

**Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

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

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

**Задачи:**

- научить создавать и реализовывать концепции специальных событий в сфере рекламы и связей с общественностью;
- выработать навыки продвижения специальных событий в сфере рекламы и связей с общественностью;
- сформировать навыки применения специальных событий в разных сферах.

**Форма промежуточной аттестации** - зачет.

### **Б1.В.13 Организация и проведение коммуникационной кампании**

**Общая трудоемкость дисциплины** 5 з.е.

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

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

**Цели и задачи учебной дисциплины**

**Целью** освоения учебной дисциплины является:

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

**Задачи** учебной дисциплины:

- формирование у студентов необходимых теоретических и практических навыков организации коммуникационных кампаний;

-формирование представлений об основных технологиях и современных концепциях проведения кампаний;

-овладение знаниями ключевых принципов и методов проведения коммуникационных кампаний.

**Форма промежуточной аттестации** – зачет, зачет с оценкой.

### **Б1.В.14 Связи с общественностью в сфере применения**

**Общая трудоемкость дисциплины** 2 з.е.

**Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

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

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

**Задачи:**

- дать представление об особенностях СО-деятельности в различных сферах применения;

- выявить специфику функционирования СО-специалиста в различных организационных отделах и структурах;

- сформировать навыки применения СО-коммуникаций в государственной, коммерческой и некоммерческой сферах.

**Форма промежуточной аттестации** - зачет.

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

**Общая трудоемкость дисциплины 4 з.е.**

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

ПК-4 Способен в профессиональной деятельности принимать основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

ПК-4.2 Владеет основными онлайн и офлайн рекламными и СО-инструментами для формирования благоприятной коммуникационной среды

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

**Цели и задачи учебной дисциплины**

**Целями освоения учебной дисциплины являются:**

–формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки творческой концепции рекламного продукта, торговой марки, содержания рекламных сообщений, включая их текстовую и иллюстративную составляющие, а также его художественного воплощения (дизайн, режиссура и т.д.);

– изучение технологий подготовки рекламного продукта в электронных СМИ – на радио, телевидении, в интернете.

**Задачи учебной дисциплины:**

– сформировать представление об этапах, принципах и методах создания рекламного продукта в целом и его наиболее важных составляющих;

– ознакомить студентов с принципами и методами художественного оформления рекламного продукта, приемами художественного дизайна и редактирования;

– создать системное представление о принципах и технологиях 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 дисциплинам вариативной части блока Б.1. рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01. Реклама и связи с общественностью.

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Целью освоения учебной дисциплины является:**

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

**Задачи учебной дисциплины:**

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

### **Б1.В.17 Создание рекламного ролика**

**Общая трудоемкость дисциплины:** 2 з.е.

**Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

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-4 Способен в профессиональной деятельности принимать основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций:

ПК - 4.2. Владеет основными онлайн и офлайн рекламными и СО-инструментами для формирования благоприятной коммуникационной среды

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

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

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

- формирование навыков по созданию видеопродукта рекламного характера,
- владение базовыми режиссерскими приемами при создании видеопродукта с применением новейших технологий в сфере медиа;
- умение составлять сценарий, монтажный план.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

### **Б1.В.18 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:** она относится к дисциплинам, формируемым участниками образовательных отношений. Дисциплина «Основы рекламы» является предшествующей по отношению к данной.

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

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

**Форма промежуточной аттестации** - зачет.

### **Б1.В.19 Особенности языка рекламы**

**Общая трудоемкость дисциплины:** 3 з.е.

**Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

ПК-5 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.

ПК-5.1. Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта.

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

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

**Основные задачи** дисциплины:

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

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

### **Б1.В.20 Особенности языка связей с общественностью**

**Общая трудоемкость дисциплины:** 3 з.е.

**Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций и индикаторов их достижений:**

ПК-5 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.

ПК-5.1. Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта.

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

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

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

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

### **Б1.В.21 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:** Учебная дисциплина Б1.О.30 «Организация работы отдела СО» относится к вариативной части дисциплин (модулей) учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплины, для которых учебная дисциплина Б1.О.30 «Организация работы отдела связи с общественностью» является предшествующей: Организация работы отдела рекламы, Управление медиапроектами, Организация и проведение коммуникационной кампании, Редактирование медиатекстов, Профессиональные стандарты и этика в рекламе и связях с общественностью, Инновационные технологии в связях с общественностью, Особенности языка связей с общественностью.

**Цели и задачи учебной дисциплины**

**Целью освоения учебной дисциплины является:**

– формирование целостного представления об отделе связей с общественностью, его роли и месте в организационной структуре компаний, кадровом профилем 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:** учебная дисциплина «История рекламы и связей с общественностью» входит в профессиональный цикл дисциплин и относится к вариативному блоку.

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

**Задачами** учебной дисциплины являются:

- определить предмет проторекламы и рекламы, протопиар и пиар, обозначить их роль в развитии общества;
- дать анализ основных периодов развития рекламы и PR, обозначить их зависимость от развития экономики, техники и культуры;
- проанализировать основные жанры рекламы, показать логику их выбора на определенных этапах общественного развития;
- продемонстрировать связь экономической рекламы с современной художественной культурой и традиции художественной культуры прошлого в современной рекламе;
- подчеркнуть значение взаимодействия рекламы и СО для развития экономики и культуры общества.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет с оценкой.

### **Б1.В.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:** Учебная дисциплина «Организация работы отдела рекламы» относится к обязательной части дисциплин Федерального государственного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Данная учебная дисциплина систематизирует знания, умения и навыки, полученные в процессе изучения предшествующих курсов: «Основы рекламы», «Менеджмент в массмедиа», «Организация работы отдела связей с общественностью». Данная дисциплина является предшествующей для курсов

«Организация и проведение коммуникационной кампании», «Реклама в сфере применения», «Организационно-творческой производственной практики».

**Цели и задачи учебной дисциплины**

**Целью освоения учебной дисциплины является:**

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

**Задачи учебной дисциплины:**

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

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

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

### **Б1.В.24 Элективные курсы по физической культуре и спорту**

**Общая трудоемкость дисциплины:** 6 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-7.4 Понимает роль физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

УК-7.5 Использует методику самоконтроля для определения уровня здоровья и физической подготовленности в соответствии с нормативными требованиями и условиями будущей профессиональной деятельности.

УК-7.6 Поддерживает должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности, регулярно занимаясь физическими упражнениями.

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** Дисциплина относится к профессиональной части рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и относится к вариативному блоку.

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

**Цели и задачи учебной дисциплины**

**Целью учебной дисциплины является:**

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

**Задачи учебной дисциплины:**

- знакомство студентов с основными профессиональными терминами в области игровых технологий в сфере рекламы и связей с общественностью,
- формирование представлений о видах игровых технологий, применяемых при создании проекта в сфере рекламы и СО,
- философско-психологическом и лингвистическом аспекте категории игры.

**Форма промежуточной аттестации –экзамен.**

### **Б1.В.ДВ.01.02 Лоббизм**

**Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.**

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

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:** Учебная дисциплина «Лоббизм» относится к профессиональному циклу дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в цикл дисциплин по выбору. «Лоббизм» является важной частью подготовки специалиста. Место дисциплины в системе высшего образования определяется тем, что технологии лоббизма в настоящее время используются в разных сферах деятельности и входят в коммуникационные кампании, подготовка которых требует специальных навыков и знаний. В связи с этим существует потребность в систематизации знаний о методах достижений целей лоббизма.

**Цели и задачи учебной дисциплины**

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

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

**Форма промежуточной аттестации – экзамен.**

### **Б1.В.ДВ.02.01 Фотография в рекламе**

**Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.**

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

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

ПК-4 Способен в профессиональной деятельности принимать основные технологические решения, технические средства, приёмы и методы онлайн и офлайн коммуникаций  
ПК - 4.1. Умеет применять современные цифровые устройства и использовать новейшие программы для продвижения продуктов

ПК - 4.2. Владеет основными онлайн и офлайн рекламными и СО-инструментами для формирования благоприятной коммуникационной среды

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

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Цель:** изучение техники фотосъемки.

**Задачи:**

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

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

### **Б1.В.ДВ.02.02 Визуализация проекта**

**Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.**

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

ПК-4 Способен в профессиональной деятельности принимать основные технологические решения, технические средства, приёмы и методы онлайн и офлайн коммуникаций  
ПК - 4.1. Умеет применять современные цифровые устройства и использовать новейшие программы для продвижения продуктов

ПК - 4.2. Владеет основными онлайн и офлайн рекламными и СО-инструментами для формирования благоприятной коммуникационной среды

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

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

**Задачи дисциплины:**

- выявить основные характеристики медиапроекта применительно к конкретным медиа;
- рассмотреть медиапроект как качественный коллективный журналистский продукт, представляющий 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-5** Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа

**ПК-5.1.** Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта

**ПК-5.2.** Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала

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

**Цели и задачи учебной дисциплины**

**Целью является:**

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

**Задачи учебной дисциплины:**

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

**Задачи:**

- выяснить объем понятий «этика» и «этикет»;
- установить границы понятия «имидж» по отношению к понятию «этикет»;
- продемонстрировать 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.**

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.

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

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

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

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

**Форма промежуточной аттестации** – экзамен.

**Б1.В.ДВ.04.02 Печатная полиграфическая реклама****Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.**

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.

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

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

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Целями** освоения учебной дисциплины являются:

– дать общее представление об особенностях полиграфической рекламы, о специфике различных видов полиграфической рекламы,

- познакомить студентов с профессиональной терминологией, использование которой будет необходимо в их профессиональной практической деятельности.

**Задачи** учебной дисциплины:

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

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

### **Б1.В.ДВ.05.01 Корпоративная культура**

**Общая трудоемкость дисциплины** 3 з.е.

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

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:** Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.05.01 Корпоративная культура относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», дисциплины по выбору. Корпоративные связи - это комплексная деятельность. Главное же в ней - соответствие целям, которых компания стремится достигнуть, выстраивая систему взаимоотношений со своими сотрудниками. Корпоративные связи призваны повышать уровень лояльности и мотивированности персонала и эффективность деятельности работников фирмы. Создание позитивного имиджа компании в глазах сотрудников влияет на имидж компании во внешнем мире, так как персонал является одним из каналов трансляции информации на широкий рынок. Поэтому корпоративные связи являются важнейшей частью или аспектом СО-практики. Место корпоративных связей в системе высшего образования определяется тем, что значимость работы с персоналом со временем только возрастает. Сегодня основную ценность бизнеса представляет трудовой коллектив компании. Правильно построенная работа по внутреннему PR поможет наладить внутрикорпоративные связи, организовать своевременное информирование работников о положении дел, сформировать положительный имидж компании и, как следствие, повысить лояльность и преданность каждого сотрудника. Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.05.01 Корпоративная культура может быть соотнесена со следующими дисциплинами: «Этикет и имидж», «Технология производства в рекламе и связях с общественностью».

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

**Задачи** учебной дисциплины:

- овладение современными представлениями о внутренних связях и отношениях в организациях;
- изучение современных концепций, типологий организаций;
- формирование системного представления о видах и способах организации внутрикорпоративной коммуникации;

- знакомство с методами диагностики и коррекции корпоративной культуры инструментами внутрикорпоративных СО;
- изучение возможных способов использования инструментов внутрикорпоративных СО в деле укрепления имиджа организации, повышения ее цельности
- обобщение теоретического и анализ практического опыта;
- прояснение значения внутрикорпоративных отношений для связей с общественностью;
- тренинг навыков исследования и формирования организационного поведения, организационных взаимоотношений.

**Форма промежуточной аттестации** – зачет.

### **Б1.В.ДВ.05.02 Нейминг в массовой коммуникации**

**Общая трудоемкость дисциплины** 3 з.е.

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

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:** Учебная дисциплина «Нейминг в массовой коммуникации» относится к профессиональному циклу дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в вариативную часть этого цикла. «Нейминг в массовой коммуникации» является важнейшей частью профессиональной подготовки специалиста. Место дисциплины в системе высшего образования определяется тем, что проблема нейминга является актуальной проблемой в современном обществе. В настоящее время назрела потребность в оптимизации процесса нейминга, в необходимости обобщения результатов исследований отечественных и зарубежных ученых в этой сфере, возникла необходимость разработки рекомендаций по эффективному неймингу.

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

**Цели и задачи учебной дисциплины**

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

**Цели и задачи учебной дисциплины**

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

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

**Форма промежуточной аттестации** – экзамен.

**Б1.В.ДВ.06.02 Реклама в туризме**

**Общая трудоемкость дисциплины:** 3 з.е.

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

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 дисциплинам по выбору вариативной части блока Б.1. рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01. Реклама и связи с общественностью.

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Целью** освоения учебной дисциплины является:

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

**Задачи** учебной дисциплины:

–рассмотрение основных принципов организации рекламной деятельности на предприятиях социально-культурного сервиса и туризма;

– изучение средств и методов распространения рекламной информации в туристическом бизнесе, взаимосвязи маркетинговой и рекламной стратегии фирмы, организации и планирования рекламной кампании в туризме, возможностей взаимодействия предприятий сервиса и рекламных агентств.

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

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

**Общая трудоемкость дисциплины** 2 з.е.

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

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

**Цели и задачи учебной дисциплины**

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

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

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

**Форма промежуточной аттестации** – зачёт с оценкой.

### **Б1.В.ДВ.07.02 Политический маркетинг**

**Общая трудоемкость дисциплины** 2 з.е.

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины:** целями освоения учебной дисциплины является создание представления о сфере формирования и развития политических предпочтений, программ, идей и средств воздействия на избирателей 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 факультативной части рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профиля «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации». Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям включают: знание студентами ключевых терминов в области социальной рекламы, умение анализировать творческие приемы оформления и подачи социальной рекламы через различные каналы массовой коммуникации, а также оценивать их эффективность, способность определять аудиторную направленность социальной рекламы, способность самостоятельно проработать идейную концепцию социальной рекламы (от слогана до композиционно-графической модели) для полиграфии. Дисциплине «Социальная реклама» предшествуют такие курсы, как «Основы рекламы», «Техника и технология средств массовой коммуникации», которые дают общее представление об особенностях функционирования массовой коммуникации в современном обществе и закладывают базовый теоретический фундамент для последующего детального изучения видов рекламы. Данная дисциплина осваивается студентами параллельно с другими предметами профессионального цикла: «Речевое воздействие в рекламе и связях с общественностью», «Основы связей с общественностью». Базируясь на них, студенты приступают к изучению механизмов воздействия на общественное мнение с применением таких инструментов, как социальная реклама. Курс является базой для учебной и производственных практик, связанных с созданием образцов социально ориентированных коммуникативных посланий, освоения знаний, необходимых в будущей практической рекламной и журналистской деятельности.

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

## **ФТД.02 Инновационные технологии в связях с общественностью**

**Общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.**

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

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-4 Способен в профессиональной деятельности принимать основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

ПК-4.2 Владеет основными онлайн и офлайн рекламными и СО-инструментами для формирования благоприятной коммуникационной среды

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

**Цели и задачи учебной дисциплины**

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

**Задачи:** закрепить на практике основные виды формирования подходов к созданию инновационных подходов в области новых технологий в медиарелейшнз. «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.

## **Приложение 9**

### **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-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-4 Способен в профессиональной деятельности принимать основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

ПК-4.1 Умеет применять современные цифровые устройства и использовать новейшие программы для продвижения продуктов

ПК-4.2 Владеет основными онлайн и офлайн рекламными и СО-инструментами для формирования благоприятной коммуникационной среды.

**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 организаций.

**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

ПК - 5 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.

ПК -5.1. Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта.

**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.