

**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 взаимодействии философские и этические аспекты мировоззрения различных социальных групп социокультурные особенности различных социальных групп (в том числе этнических и конфессиональных)

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

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

**Форма промежуточной аттестации** – экзамен.

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

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

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

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

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

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

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

**Задачи** учебной дисциплины:

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

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

### **Б1.О.03 Иностранный язык**

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

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

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

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

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

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

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

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

**Задачи** учебной дисциплины:

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

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

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

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

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

УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов

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

УК-8.2 Способен осуществлять действия по предотвращению возникновения чрезвычайных ситуаций природного, техногенного, социального (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:**

Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

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

**Целью** освоения учебной дисциплины является ознакомление студентов с основными положениями теории и практики проблем сохранения здоровья и жизни человека в техносфере, защитой его от опасностей техногенного, антропогенного, естественного происхождения и созданием комфортных условий жизнедеятельности.

#### **Задачи учебной дисциплины:**

- 1) сформировать представление об основных нормах профилактики опасностей на основе сопоставления затрат и выгод;
- 2) сформировать навыки идентификации (распознавания) опасностей: вид опасностей, величина, возможный ущерб и др.;
- 3) сформировать навыки оказания первой помощи, в т.ч. проведения реанимационных мероприятий;
- 4) сформировать и развить навыки действия в условиях чрезвычайных ситуаций или опасностей;
- 5) сформировать психологическую готовность эффективного взаимодействия в условиях чрезвычайной ситуации различного характера

**Форма промежуточной аттестации** – зачет.

## **Б1.О.05 Физическая культура и спорт**

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

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

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

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

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

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

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

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

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

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

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

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

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

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

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

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

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Цели** данной дисциплины:

-знакомство студентов с вопросами происхождения языка и с основными понятиями 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:** Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

**Основные задачи** дисциплины:

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

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен, экзамен, экзамен.

## **Б1.О.08 Экономика и финансовая грамотность**

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

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

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

УК-9.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики

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

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

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

УК-9.5 Контролирует собственные экономические и финансовые риски.

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины**

**Целью** освоения учебной дисциплины является формирование у обучающихся знаний совокупности экономических факторов, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

**Задачи** учебной дисциплины:

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

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

## **Б1.О.09 Политология**

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

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

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

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

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

**Задачи:** развить у студентов аналитическое мышление при оценке современных политических событий, как на микро, так и на макроуровне; сформировать понимание важности гражданской позиции в оценке отечественного политического процесса и мировых процессов общественного развития; развить у студентов навыки практического политического анализа современных реалий общества, показать студентам связь политической науки и других гуманитарных дисциплин, единство вузовского гуманитарного цикла; обеспечить усвоение студентами основных категорий политологии и умение оперировать ими; ознакомить студентов с сущностью и функциями основных политических институтов (государственных и общественных), с этапами и циклами политического процесса; обеспечить понимание студентами своеобразия политического развития России, ознакомить их с особенностями российского государства на разных этапах его развития, со спецификой взаимодействия общества и власти, с характеристиками партийной и избирательной систем современной России, с основными чертами российской политической культуры и идеологии.

**Форма промежуточной аттестации** – зачет.

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

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

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

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

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

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

**Цели и задачи учебной дисциплины**

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

**Задачи** учебной дисциплины:

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

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

## **Б1.О.11 Стилистика**

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

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

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

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

**УК-4.3** Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном языке

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

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

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

**Основные задачи дисциплины:**

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

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

### **Б1.О.12 История искусства**

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

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

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

ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса  
ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

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

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

### **Б1.О.13 Основы журналистики**

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

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

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

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

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

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

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

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

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Цели и задачи лекционных занятий:**

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

**Цели и задачи практических занятий:**

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

**Форма промежуточной аттестации:** зачёт.

### **Б1.О.14 Основы рекламы**

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

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

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

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

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

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Целями освоения учебной дисциплины являются:**

- получение обучающимися общего представления об основах рекламы, отдельных элементах комплекса маркетинговых коммуникаций, формирование базовых профессиональных компетенций для осуществления самостоятельной профессиональной деятельности в сфере рекламной деятельности.

**Задачи учебной дисциплины:**

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

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

### **Б1.О.15 Техника и технология средств массовой коммуникации**

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

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

ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

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

ОПК-6.3. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Цель освоения учебной дисциплины:**

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

**Задачи учебной дисциплины:**

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

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

### **Б1.О.16 Компьютерные технологии**

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

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

ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.

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

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

ОПК-6.3 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

**Задачи дисциплины:**

- изучение истории развития и принципов работы вычислительных машин;
- изучение состава и структуры персонального компьютера, принципов работы в

современных операционных системах;

- изучение принципов работы интернета и Всемирной паутины, поиска, сбора и публикации информации в сети.

- практика навыков работы в прикладных офисных программах (работа с текстом, таблицами, презентациями).

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

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

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

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

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

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

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

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

**Цели и задачи учебной дисциплины**

**Целью** освоения учебной дисциплины является:

- обеспечить необходимые теоретические и практические знания в области СО.

**Задачи** учебной дисциплины:

-познакомить с категориально-понятийным аппаратом в области СО;

-закрепить на практике основные виды деятельности в области СО;

-освоить технологии СО.

**Форма промежуточной аттестации** – экзамен.

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

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

**Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций:**

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

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

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

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Цели и задачи лекционных занятий:**

- выявление специфики журналистского текста;

- формирование представления об основных этапах процесса создания журналистского текста;

- получение знаний технологического характера о познавательной стадии процесса создания журналистского текста (выбор темы, сбор информации, обработка информации);

- получение знаний технологического характера о коммуникативной стадии процесса создания журналистского текста (создание текста, система жанров журналистики).

**Цели и задачи** практических занятий:

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

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

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

**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 иностранном языке коммуникативно приемлемые стили делового общения

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

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

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

**Цели и задачи учебной дисциплины**

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

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

**Форма промежуточной аттестации** – экзамен.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

**Цели и задачи** учебной дисциплины

**Целью** освоения учебной дисциплины является:

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

**Задачи** учебной дисциплины:

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

**Форма промежуточной аттестации** – экзамен.

### **Б1.О.21 Менеджмент в массмедиа**

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

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

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

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

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

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

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

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

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

**Форма промежуточной аттестации** – экзамен.

### **Б1.О.22 Медиаэкономика**

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

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

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

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

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

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Цели и задачи лекционных занятий:**

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

**Цели и задачи практических занятий:**

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

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

### **Б1.О.23 Медиарилейшнз**

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

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

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

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

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

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

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

ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные

характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

**Цели и задачи учебной дисциплины**

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

**Задачи** курса:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Целью** освоения учебной дисциплины является:

– ознакомить студентов с теоретическими и практическими знаниями в области психологии массовой коммуникации, с приемами воздействия, закономерностями восприятия, основными механизмами привлечения внимания к медийному сообщению, исследованиями в области теории мотивации и потребностей;

**Задачи** учебной дисциплины:

- научить студентов анализировать рекламные, СО- и другие медийные сообщения с точки зрения психологии;

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

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

### **Б1.О.25 Социология массовых коммуникаций**

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

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов достижений:**

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

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

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

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

**Цели и задачи учебной дисциплины**

**Целью** освоения учебной дисциплины является:

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

**Задачи** учебной дисциплины:

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

-сформировать знания методологии прикладного исследования массовой коммуникации;

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

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

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

**Форма промежуточной аттестации** – экзамен.

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

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

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

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

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

УК-2.3 Решает конкретную задачу с учетом требований правовых норм.  
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития

медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

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

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

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

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

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

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

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

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

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

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

УК - 2.6 Оценивает эффективность результатов проекта.

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

**Цели и задачи учебной дисциплины**

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

**Основными задачами** учебной дисциплины являются: изучение природы общественного мнения, его структуры и функций; исследование методов и технологий связей с

общественностью (СО), применяемых с целью формирования общественного мнения (ОМ); анализ эффективности способов формирования ОМ в СО; рассмотрение вопросов этичности применения методов, воздействующих на мнение большинства, манипулирование ОМ; развитие навыков стратегического планирования в СО, управления новостным потоком (проектный подход).

**Форма промежуточной аттестации** – зачет.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

**Цели и задачи учебной дисциплины**

**Целями освоения учебной дисциплины являются:**

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

**Задачи учебной дисциплины:**

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

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

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

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

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

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

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

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

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

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

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

**Задачи** учебной дисциплины:

- 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:** Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

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

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

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

**Форма промежуточной аттестации** – зачет.

### **Б1.О. 31 Медиапланирование**

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

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

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

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

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

**Цели и задачи учебной дисциплины**

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

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

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

### **Б1.О.32 Редактирование медиатекста**

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

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

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

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

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

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

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

**Основные задачи дисциплины:**

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

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

### **Б1.О.33 Консалтинг в связях с общественностью**

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

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

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

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

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

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

**Цели и задачи учебной дисциплины**

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

**Задачи** учебной дисциплины:

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

**Форма промежуточной аттестации** – зачет.

### **Б1.О.34 Управление медиапроектами**

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

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

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

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

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

**УК - 2.6** Оценивает эффективность результатов проекта

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

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

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

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

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

**Цели и задачи учебной дисциплины**

**Целью** освоения учебной дисциплины является:

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

**Задачи** учебной дисциплины:

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

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

### **Б1.О.35 Основы военной подготовки**

**Общая трудоемкость дисциплины:** 3 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-8.5. Применяет положения общевоинских уставов в повседневной деятельности подразделения, управляет строями, применяет штатное стрелковое оружие; ведет общевойсковой бой в составе подразделения; выполняет поставленные задачи в условиях РХБ заражения; пользуется топографическими картами; оказывает первую медицинскую помощь при ранениях и травмах; имеет высокое чувство патриотизма, считает защиту Родины своим долгом и обязанностью

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** 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 изучения учебной дисциплины – научить студентов идентифицировать и анализировать опасные и вредные факторы элементов среды обитания и в рамках осуществляющейся деятельности; изучить основные вопросы безопасности жизнедеятельности, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.

Основными задачами учебной дисциплины являются: научить грамотно действовать в чрезвычайных ситуациях мирного и военного времени, создавать безопасные условия реализации профессиональной деятельности.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

### **Б1.О.36 Основы российской государственности**

**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-5.4 Ориентируется в основных этапах развития истории и культуры России и ее достижениях, учитывает особенности российской цивилизации при взаимодействии с представителями различных культур, оценивая потенциальные вызовы и риски.

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** дисциплина «Основы российской государственности» относится к обязательной части Блока Б1.

**Цели и задачи учебной дисциплины**

**Цели изучения дисциплины:**

- формирование у обучающихся системы знаний, навыков и компетенций, а также ценностей, правил и норм поведения, связанных с осознанием принадлежности к российскому обществу, развитием чувства патриотизма и гражданственности;
- формирование духовно-нравственного и культурного фундамента личности, осознающей особенности исторического пути российского государства, самобытность его политической

организации и сопряжение индивидуального достоинства и успеха с общественным прогрессом и политической стабильностью Родины.

**Задачи учебной дисциплины:**

- представить историю России в ее непрерывном цивилизационном измерении, отразить наиболее значимые особенности, принципы и константы;
- раскрыть ценностно-поведенческое содержание чувства гражданственности и патриотизма, неотделимого от развитого критического мышления, свободного развития личности и самостоятельности суждений об актуальном политико-культурном контексте;
- обозначить фундаментальные ценностные константы российской цивилизации (многообразие, суверенность, согласие, доверие, созидание), перспективные ценностные ориентиры российского цивилизационного развития (стабильность, миссия, ответственность, справедливость);
- исследовать наиболее вероятные внешние и внутренние вызовы, стоящие перед российской цивилизацией и ее государственностью в настоящий момент, обозначить ключевые сценарии перспективного развития;
- рассмотреть особенности современной политической организации российского общества, каузальную природу и специфику его актуальной трансформации, ценностное обеспечение традиционных институциональных решений и особую поливариантность взаимоотношений российского государства и общества в федеративном измерении;
- представить ключевые смыслы, этические и мировоззренческие доктрины, сложившиеся внутри российской цивилизации и отражающие ее многонациональный, многоконфессиональный и солидарный (общинный) характер.

**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-5.3. Понимает и квалифицированно интерпретирует межкультурное разнообразие общества, учитывает социокультурные особенности различных социальных групп (в том числе этнических и конфессиональных)

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

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

**Задачи курса:**

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

**Форма промежуточной аттестации:** 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-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

**Задачи** дисциплины:

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

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

### **Б1.В.03 Основы права и противодействие противоправному применению**

**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-10/11 Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности.

УК-10.1/11.1 Соблюдает антикоррупционные стандарты поведения, выявляет коррупционные риски, противодействует коррупционному поведению в профессиональной деятельности.

УК-10.2/11.2 Поддерживает высокий уровень личной и правовой культуры, идентифицирует проявления экстремистской идеологии и противодействует им в профессиональной деятельности.

УК-10.3/11.3 Идентифицирует правонарушения террористической направленности, противодействует проявлениям терроризма в профессиональной деятельности.

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** дисциплина «Основы права и противодействие противоправному поведению» относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)».

**Цели и задачи учебной дисциплины**

**Целями освоения учебной дисциплины являются:**

- повышение уровня правовой культуры обучающихся, получение основных теоретических знаний о государстве и праве и основных отраслях российского права, закрепление антикоррупционного мировоззрения и антикоррупционных стандартов поведения, ценностных ориентиров антиэкстремистского и антитеррористического содержания;
- изучение правовых институтов и методов правового регулирования общественных отношений для совершенствования существующего правового регулирования в России, усвоение обучающимися теоретических знаний о коррупции, как негативном социально-правовом явлении, негативной сущности и проявлениях экстремизма и терроризма, о разновидностях соответствующего противоправного поведения, ответственности за совершение коррупционных правонарушений, правонарушений экстремистской и террористической направленности;
- изучение основ отраслевого законодательства, а также антикоррупционного законодательства, законодательства о противодействии экстремизму и терроризму.

**Задачи учебной дисциплины:**

- сформировать у студентов основополагающие представления о теории государства и права, практике реализации законодательства, об основных отраслях права, правовых основах профессиональной деятельности;
- сформировать у обучающихся основополагающие представления о коррупции, о экстремистской идеологии, феномене терроризма, видах соответствующего противоправного поведения, ответственности за совершение коррупционных правонарушений, правонарушений экстремистской и террористической направленности;
- развить умения и навыки по применению норм права в профессиональной деятельности, а также по выявлению коррупционного поведения, коррупционных рисков, проявлений экстремистской идеологии, правонарушений террористической направленности, противодействия указанным видам противоправного поведения в профессиональной деятельности.

**Форма промежуточной аттестации** – зачет.

## **Б1.В.04 Маркетинговое обеспечение проектов в сфере рекламы и связей с общественностью**

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

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

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

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

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

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины**

**Цель курса** - формирование у студентов представления о специфике проведения маркетинговых исследований на этапе создания и реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью.

**Задачи курса:**

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

- освоить технологии необходимых для проектирования маркетингового исследования рынка, товара/услуги, конкурентов, целевой аудитории, коммуникационного аудита, а также составления карты пути клиента.

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

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

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

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

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

УК-3.1 Определяет свою роль в команде, опираясь на знания индивидуально-психологических особенностей своих и членов команды, а также психологических основ социального взаимодействия в группе

УК-3.2 Выбирает эффективные способы социального взаимодействия и распределения ролей в команде

УК-6.2 Планирует траекторию саморазвития, опираясь на навыки управления своим временем и принципы образования в течение всей жизни

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

**Цели и задачи учебной дисциплины**

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

**Задачи** учебной дисциплины:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины**

**Целью** преподаваемой дисциплины является формирование у студентов знаний и умений, необходимых для эффективного межличностного и делового общения, для создания

эффективного рекламного текста и эффективного функционирования массовой коммуникации.

В систему курса входят следующие **задачи**:

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

**Форма промежуточной аттестации** - зачет.

### **Б1.В.07 Реклама в интернете**

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

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

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

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

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

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

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

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

**Форма промежуточной аттестации** - зачет.

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

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

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

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

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

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины**

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

**Задачи курса:**

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

**Форма промежуточной аттестации** – зачёт.

### **Б1.В.09 Тексты в связях с общественностью**

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

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

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

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

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины**

**Целью** освоения учебной дисциплины является:

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

**Задачи** учебной дисциплины:

- знакомство студентов с основными понятиями раздела «Жанровая типология СО-текстов»,
- формирование представления об основах жанровой типологии СО-текстов (терминологии, важнейших теоретических положений, методологии).

**Форма промежуточной аттестации** – зачет.

### **Б1.В.10 Тексты в рекламе**

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

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

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

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

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины**

**Целью** освоения учебной дисциплины является:

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

**Задачи** учебной дисциплины:

- сформировать представление о структуре рекламного текста и его признаках;

- систематизировать представление о жанровой структуре рекламного текста;
  - выработать навыки анализа и конструирования различных жанров рекламного текста.
- Форма промежуточной аттестации:** зачет.

### **Б1.В.11 Наружная реклама**

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

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

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

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

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

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

**Задачами** освоения учебной дисциплины являются:

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

**Форма промежуточной аттестации -** зачет.

### **Б1.В.12 Специальное событие**

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

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

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

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

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

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

**Задачи:**

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

**Форма промежуточной аттестации -** зачет.

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

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

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

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

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

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины**

**Целью** освоения учебной дисциплины является:

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

**Задачи** учебной дисциплины:

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

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

-овладение знаниями ключевых принципов и методов проведения коммуникационных кампаний.

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

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

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

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

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

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

**Задачи:**

- дать представление об особенностях СО-деятельности в различных сферах применения;  
- выявить специфику функционирования СО-специалиста в различных организационных отделах и структурах;

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

**Форма промежуточной аттестации** - зачет.

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

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

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

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

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины**

**Целями** освоения учебной дисциплины являются:

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

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

**Задачи** учебной дисциплины:

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

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

– создать системное представление о принципах и 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 части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Целью** освоения учебной дисциплины является:

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

**Задачи** учебной дисциплины:

– понимать особенности рекламы в сфере применения, знать и уметь анализировать состояние и развитие рынка рекламы,

– владеть методами классификации рекламных средств,

– уметь организовывать рекламную деятельность на рынке товаров и услуг,

– знать особенности организации рекламных кампаний в разных сферах применения.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

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

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

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

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

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

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

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

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

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

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

### **Б1.В.18 Брендинг**

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

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

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

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

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

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

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

**Форма промежуточной аттестации -** зачет.

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

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

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

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

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

**Основные задачи дисциплины:**

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

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

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

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

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

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

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

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

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

### **Б1.В.21 Организация работы отдела связей с общественностью**

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

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

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

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины**

**Целью** освоения учебной дисциплины является:

– формирование целостного представления об отделе связей с общественностью, его роли и месте в организационной структуре компании, кадровом 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 основные события, основных исторических деятелей) в контексте мировой истории и ряда культурных традиций мира (в зависимости от среды и задач образования).

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

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

**Задачами** учебной дисциплины являются:

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

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

### **Б1.В.23 Организация работы отдела рекламы**

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

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

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

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины**

**Целью освоения учебной дисциплины является:**

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

**Задачи учебной дисциплины:**

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

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

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

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

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

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

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

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины**

**Целью учебной дисциплины является:**

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

**Задачи учебной дисциплины:**

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

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

-философско-психологическом и лингвистическом аспекте категории игры.

**Форма промежуточной аттестации** –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:** Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 (Дисциплины по выбору) рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

**Цели и задачи учебной дисциплины**

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

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

**Форма промежуточной аттестации** – 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-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

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

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

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Цель:** изучение техники фотосъемки.

**Задачи:**

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

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

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

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

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

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

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

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

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

**Задачи дисциплины:**

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

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

### **Б1.В.ДВ.03.01 Тексты и документооборот**

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

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

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

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины**

**Целью является:**

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

**Задачи учебной дисциплины:**

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

**Форма промежуточной аттестации – экзамен.**

### **Б1.В.ДВ.03.02 Этикет и имидж**

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

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

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

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

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

рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

**Задачи:**

- выяснить объем понятий «этика» и «этiquет»;
- установить границы понятия «имидж» по отношению к понятию «этiquет»;
- продемонстрировать сущностную взаимосвязь этикета и личностного имиджа публичной персоны в связи с задачами связей с общественностью и позиционированием в СМИ.

**Форма промежуточной аттестации** экзамен.

### **Б1.В.ДВ.04.01 Политическая реклама**

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

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

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

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

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

**Форма промежуточной аттестации** – экзамен.

### **Б1.В.ДВ.04.02 Выставочная деятельность**

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

познакомить студентов с азами локальной и международной выставочной деятельности; сформировать представление об алгоритме организации и проведения выставок различного уровня, принципах выбора тематики и условиях участия в выставках; изучение типов и видов выставочных стендов, принципов формирования экспозиции; выявление корпоративных целей и задач участия в выставках, изучение приемов повышения эффективности выставок и ярмарок; познакомить с основами витринистики и музейного дела.

**Форма промежуточной аттестации** – экзамен.

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

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

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

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

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

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

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

**Задачи учебной дисциплины:**

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

**Форма промежуточной аттестации** – зачет.

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

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

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

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

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины**

**Цель** изучения учебной дисциплины – освоить понятия нейминга и эффективного нейминга; овладеть принципами построения эффективного названия.

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

**Форма промежуточной аттестации** – зачет.

**Б1.В.ДВ.06.01 Принципы ведения переговоров**

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

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

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

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

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины**

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

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

**Форма промежуточной аттестации** – экзамен.

**Б1.В.ДВ.06.02       Принципы устойчивого развития компании**

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

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

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

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

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

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

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

рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

Цель курса - формирование у студентов представления о ESG-принципах и основных целях брендов в области устойчивого развития.

**Задачи курса:**

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

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

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

Общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

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

УК-3.2 Выбирает эффективные способы организации социального взаимодействия и распределения ролей в команде

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: дисциплина «Правовые и организационные основы добровольческой (волонтерской) деятельности» относится к Блоку Б.1 «Дисциплины (модули)», часть, формируемая участниками образовательных отношений.

**Цели и задачи учебной дисциплины**

**Цели изучения дисциплины:**

освоение обучающимися ключевых понятий и базовых компонентов добровольческой (волонтерской) деятельности, их взаимодействия с НКО.

**Задачи учебной дисциплины:**

- сформировать основы понимания социальных, управлеченческих, педагогических аспектов добровольческой (волонтерской) деятельности и функционирования социально-ориентированными НКО в структуре российского гражданского общества;
- расширить теоретические и практические знания в области организации добровольческой (волонтерской) деятельности, а также эффективного взаимодействия с социально-ориентированными НКО;
- сформировать навыки самостоятельного решения профессиональных задач в области содействия развитию волонтерства.

**Форма промежуточной аттестации – зачет.**

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

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

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

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

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**Цели и задачи учебной дисциплины:** целями освоения учебной дисциплины является создание представления о сфере формирования и развития политических предпочтений, программ, идей и средств воздействия на 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 факультативам рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

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

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

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

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

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

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

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** Дисциплина относится к факультативам рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

**Цели и задачи учебной дисциплины**

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

**Задачи:** закрепить на практике основные виды формирования подходов к созданию инновационных подходов в области новых технологий в медиарилейшнз. «Инновационные технологии в связях с общественностью» – дисциплина, в которой определяется место и роль маркетинговых коммуникаций в маркетинговой деятельности современного предприятия, действующего в условиях глобальной конкурентной среды.

**Форма промежуточной аттестации** – зачет.

**Аннотации программ учебной и производственной практик**

**Б2.В.01 (У) Учебная практика (профессионально-ознакомительная)**

**Общая трудоемкость практики 9 з.е.**

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

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

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

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

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

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

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

**Тип практики** (ее наименование): учебная.

**Способ проведения практики:** стационарная.

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

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

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

**Б2.В.02 (П) Производственная практика (профессионально-творческая)**

**Общая трудоемкость практики 6 з.е.**

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

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

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

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

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

ПК-2.2 Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта

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

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

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

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

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

**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 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.О.01 (Пд) Производственная практика (преддипломная)**

**Общая трудоемкость практики** 6 з.е.

Практика направлена на формирование следующих компетенций с указанием кодов 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-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.