



**МОСКОВСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ**  
Негосударственное образовательное частное  
учреждение высшего образования



Утверждаю

Ректор НОЧУ ВО «МЭИ»

Т.Г. Тырина

«26» декабря 2022 г.

Одобрено

Ученым советом

(протокол от 26 декабря 2022 г. № 5)

## **АННОТАЦИИ**

### **РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН (МОДУЛЕЙ)**

Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) программы	Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере
Формы обучения	очная
Типы задач профессиональной деятельности:	организационный, маркетинговый, авторский, проектный
Квалификация выпускника	бакалавр

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Философия»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Целями освоения дисциплины «Философия»** - формирование теоретических философских знаний и практических навыков философского анализа информации и межкультурного разнообразия общества.

**Задачи освоения дисциплины:**

- сформировать систему теоретических знаний по истории мировой и российской философской мысли;
- сформировать систему теоретических знаний в области гносеологии и онтологии;
- сформировать систему теоретических знаний в области философской антропологии и социальной философии;
- способствовать духовно-нравственному и гражданскому воспитанию обучающихся
- повышение уровня взросления обучающихся в социокультурном (духовно-практическом) пространстве человеческого общения.

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина Б1.О.01 «Философия» реализуется в рамках обязательной части. Блока I «Дисциплины (модули)» в 1-м семестре у обучающихся в очной форме обучения

Для изучения дисциплины, необходимо освоение содержания курса обществознания по образовательным программам среднего общего образования.

Дисциплина является базой для прохождения Учебной практики: Ознакомительной практики.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1)	<b>Знать:</b> способы и методы поиска необходимой информации, её критического анализа и обобщения результатов анализа для решения поставленной задачи; системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.1. Выполняет поиск необходимой информации, её критический анализ и обобщает результаты анализа для решения поставленной задачи ИУК-1.2. Использует системный подход для решения поставленных задач	
	<b>Уметь:</b> выполнять поиск необходимой информации, критически ее анализировать и обобщать		

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
	<p>результаты анализа для решения поставленной задачи; применять системный подход для решения поставленных задач</p> <p><b>Владеть (иметь навыки)</b></p> <p><input type="checkbox"/> навыком поиска необходимой информации, её критического анализа и обобщения результатов анализа для решения поставленной задачи;</p> <p>навыком применения системного подхода для решения поставленных задач</p>		
<p>Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5)</p>	<p><b>Знать:</b></p> <p>способы и методы анализа современного состояния общества на основе знаний об этапах и закономерностях его социально-исторического развития;</p> <p>философские и этическими концепциями различных культурных кластеров;</p> <p>религиозно-культурные отличия общества, основанные на историческом процессе развития цивилизаций</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>анализировать современное состояние общества на основе знаний об этапах и закономерностях его социально-исторического развития;</p> <p>интерпретировать проблемы современности с учетом многообразия философских и этических концепций;</p> <p>вести коммуникацию с представителями иных национальностей и конфессий с учетом межкультурного разнообразия</p> <p><b>Владеть (иметь навыки):</b></p> <p><input type="checkbox"/> навыком анализа современного состояния общества на основе знаний об этапах и закономерностях его социально-исторического развития;</p> <p><input type="checkbox"/> способами выявления проблем общества, учитывая их философские и этические истоки;</p> <p>способами восприятия</p>	<p>ИУК-5.2. Интерпретирует проблемы современности с позиций этики и философских знаний</p> <p>ИУК-5.3. Демонстрирует понимание общего и особенного в развитии цивилизаций, религиозно-культурных отличий и ценностей локальных цивилизаций</p>	

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
	межкультурного разнообразия общества и технологиями межкультурной коммуникации		

#### 4. Структура дисциплины

- Тема 1. Философия как область знания
- Тема 2. Философия Древнего Востока
- Тема 3. Философия Античности
- Тема 4. Философия Средневековья
- Тема 5. Философия Возрождения
- Тема 6. Философия Нового времени (XVI – XVII вв.)
- Тема 7. Философия Нового времени (XVIII – XIX вв.)
- Тема 8. Философия Новейшего времени
- Тема 9. Русская философия (IX – XIX вв.)
- Тема 10. Русская философия (XX в.)
- Тема 11. Основы онтологии и гносеологии
- Тема 12. Основы философской антропологии и социальной философии

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е. / 144 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: экзамен.**

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«История (история России, всеобщая история)»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Целями освоения дисциплины «История (история России, всеобщая история)»**

- формирование системы теоретических знаний в области истории России и всеобщей истории, а также практических навыков исторического анализа общественных процессов и явлений.

**Задачи освоения дисциплины:**

- формирование системы теоретических знаний в области основных этапов исторического развития России (история России);
- формирование практических навыков анализа основных этапов исторического развития России;
- формирование системы теоретических знаний в области основных этапов всеобщего исторического развития (всеобщая история);
- формирование практических навыков анализа основных этапов исторического развития (всеобщая история);
- формирование практических навыков анализа исторического развития России и всеобщего исторического развития в их единстве и своеобразии;
- способствовать патриотическому и гражданскому воспитанию обучающихся
- формирование у обучающихся чувства патриотизма, уважения к памяти.

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина Б1.О.02 «История (история России, всеобщая история)» реализуется в рамках обязательной части. Блока I «Дисциплины (модули)» в 1-м семестре у обучающихся в очной форме обучения

Для изучения дисциплины, необходимо освоение содержания курса истории по образовательным программам среднего общего образования.

Дисциплина является базой для прохождения Учебной практики: Ознакомительной практики, Производственной практики: Технологической (проектно-технологической) практики

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-	<b>Знать:</b> основные этапы всеобщей и российской истории.	ИУК-5.1. Анализирует современное состояние общества на основе знания истории	
	<b>Уметь:</b> анализировать особенности и взаимосвязи основных этапов		

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
историческом, этическом и философском контекстах (УК-5)	всеобщей и российской истории.		
	<b>Владеть (иметь навыки):</b> историческим анализом общественных процессов и явлений		

#### 4. Структура дисциплины

Тема 1. Древнерусское государство IX – XIII вв.

Тема 2. Московское княжество XIII – XV вв.

Тема 3. Россия XVI – XVII вв.

Тема 4. Россия XVIII в.

Тема 5. Россия XIX в.

Тема 6. Россия XX в.

Тема 7. Древний Восток

Тема 8. Античность

Тема 9. Средневековье

Тема 10. Новое время (XVI – XIX вв.)

Тема 11. Новейшее время (Первая половина XX в.- начало XXI вв)

Тема 12. Россия в XXI вв.

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е. / 144 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: экзамен**

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Иностранный язык»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Целями освоения дисциплины «Иностранный язык»** - формирование системы теоретических знаний и практических навыков в области иностранного (английского) языка с целью обеспечения возможности коммуникации в устной и письменной формах.

**Задачи освоения дисциплины:**

- формирование теоретических знаний и практических навыков в сфере грамматики иностранного (английского) языка;
- формирование навыков чтения, аудирования и перевода текстов бытового, общественного и профессионального характера;
- формирование и расширение лексического запаса обучающихся;
- формирование навыков общения на иностранном (английском) языке;
- формирование системы знаний в области истории и культуры стран изучаемого иностранного (английского) языка
- воспитание уважительного отношения у обучающихся к культурному наследию и традициям многонационального народа.

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина Б1.О.03 «Иностранный язык» реализуется в рамках обязательной части. Блока I «Дисциплины (модули)» в 1-м семестре у обучающихся по очной форме обучения

Для изучения дисциплины, необходимо освоение содержания курса иностранного (английского) языка по образовательным программам среднего общего образования.

Дисциплина является базой для прохождения Учебной практики: Ознакомительной практики, Производственной практики: Технологической (проектно-технологической) практики.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном	<p><b>Знать:</b> грамматические и синтаксические нормы иностранного (английского) языка, основы письменной и устной речи на иностранном языке</p> <p><b>Уметь:</b></p>	ИУК-4.2. Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах не менее чем на одном иностранном языке	

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
языке Российской Федерации и иностранном (-ых) языке (ах) (УК-4)	говорить, читать на иностранном языке, аудировать, осуществлять перевод с иностранного (английском) языка на русский и обратно		
	<b>Владеть (иметь навыки):</b> осуществлять коммуникацию в устной и письменной форме на иностранном (английского) языке для решения задач деловой коммуникации.		

#### 4. Структура дисциплины

- Раздел 1. Английский язык в моей карьере (English in my career)
  - Тема 1.1. Английский язык в мире (English in our world)
  - Тема 1.2. Рассказ о себе и о других (Speaking about yourself and others)
  - Тема 1.3. Моя страна (My country)
  - Тема 1.4. Моя карьера (My career)
  - Тема 1.5. Английский язык в международном общении (English in international communications)
  - Тема 1.6. Повторение раздела 1
- Раздел 2. Английский язык в моей жизни (English in my life.)
  - Тема 2.1. Повторение раздела 1
  - Тема 2.2. Моя квартира (My flat)
  - Тема 2.3. Мой город (My city)
  - Тема 2.4. Покупки (Shopping)
  - Тема 2.5. Еда (Meals)
  - Тема 2.6. Выходные (Week-end)
  - Тема 2.7. Путешествие (Travelling)
  - Тема 2.8. Повторение раздела 2
- Раздел 3. Великобритания (Great Britain)
  - Тема 3.1. Английская история (English history)
  - Тема 3.2. Английские традиции (English traditions)
  - Тема 3.3. Английская политическая система. (English political system)
  - Тема 3.4. Шотландия и Северная Ирландия (Scotland and Northern Ireland)
- Раздел 4. США (USA)
  - Тема 4.1. Американская история (American history)
  - Тема 4.2. Американские традиции (American traditions)
  - Тема 4.3. Американская политическая система (American political system)
  - Тема 4.4. Повторение разделов 3 – 4
- Раздел 5. Канада (Canada)
  - Тема 5.1. Канадская история (Canadian history)
  - Тема 5.2. Канадские традиции (Canadian traditions)
  - Тема 5.3. Канадская политическая система (Canadian political system)
- Раздел 6. Австралия (Australia)
  - Тема 6.1. Австралийская история (Australian history)



Тема 6.2. Австралийские традиции (Australian traditions)

Тема 6.3. Австралийская политическая система (Australian political system)

Тема 6.4. Новая Зеландия (New Zealand)

Тема 6.5. Повторение курса.

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е. / 144 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: экзамен**

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Иностранный язык в профессиональной деятельности»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Целями освоения дисциплины** развитие у студентов углубленных знаний и умений коммуникаций на иностранном языке, для решения задач межличностного, межкультурного взаимодействия, а также с целью осуществления профессиональной деятельности.

**Задачи освоения дисциплины:**

- совершенствование полученных ранее навыков владения грамматическим строем иностранного языка;
- закрепление понятия изучаемого языка как системы;
- развитие коммуникативных навыков учащихся, необходимых в дальнейшем для иноязычного общения между деловыми партнерами;
- применение учащимися правил общения в различных языковых сообществах;
- развитие коммуникативных навыков учащихся, необходимых для иноязычного делового профессионального общения с применением полученного знания лексического материала и принципов ведения презентаций;
- формирование навыков самостоятельной работы студента;
- воспитание социально ответственных специалистов

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина Б1.О.04 «Иностранный язык в профессиональной деятельности» реализуется в рамках обязательной части. Блока I «Дисциплины (модули)» во 2-м семестре у обучающихся в очной форме обучения.

Для изучения дисциплины, необходимо освоение содержания курса иностранного (английского) языка по образовательным программам среднего общего образования.

Дисциплина является базой для прохождения Учебной практики: Ознакомительной практики.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на	<b>Знать:</b> основы письменной и устной речи на иностранном языке <b>Уметь:</b> находить, воспринимать и использовать информацию на иностранном языке	<b>ИУК-4.2.</b> Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах не менее чем на одном иностранном языке	

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
государственном языке Российской Федерации и иностранном (-ых) языке (ах)	<b>Владеть (иметь навыки):</b> технологиями построения деловой коммуникации на иностранном языке		
<b>ОПК-1</b> 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	<b>Знать:</b> особенности спроса медиатекстов и медиапродуктов, различных медиасегментов и платформ, и их отличительные черты, особенности норм русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем <b>Уметь:</b> подготавливать тексты 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 <b>Владеть (иметь навыки):</b> навыком грамотной подготовки и подачи 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	<b>ИОПК-1.2.</b> 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	

#### 4. Структура дисциплины

Тема 1. What is Public Relations?

Тема 2. The history of Public Relation

Тема 3. Ethics and professionalism

Тема 4. The individual in Public Relations

Тема 5. Public Relations departments and firms

Тема 6. Communication

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е. / 144 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: экзамен**

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Безопасность жизнедеятельности»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Целью освоения дисциплины (модуля) «Безопасность жизнедеятельности»** является формирование системы теоретических знаний и практических навыков в области безопасности жизнедеятельности.

**Задачи освоения дисциплины (модуля):**

- ознакомление с негативными факторами среды обитания, естественного, техногенного и антропогенного происхождения;
- ознакомление с условиями создания безопасной (нормативной) и комфортной среды в зонах трудовой деятельности, проживания и отдыха человека;
- формирование умений по разработке и реализации мер защиты человека и природной среды от негативных факторов;
- формирование умений по обеспечению устойчивости функционирования объектов и технических систем в штатных и чрезвычайных ситуациях;
- формирование методологии комплексного решения организационных задач по защите персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий и применения современных средств поражения, а также принятия мер по ликвидации их последствий
- повышение уровня культуры безопасного поведения

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина Б1.0.05 «Безопасность жизнедеятельности» реализуется в рамках обязательной части Блока I «Дисциплины (модули)» в 1-м семестре у обучающихся по очной форме обучения.

Для изучения дисциплины, необходимо освоение содержания курса основ безопасности жизнедеятельности по образовательным программам среднего общего образования.

Дисциплина является базой для прохождения Учебной практики: Ознакомительной практики.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
Способен создавать и поддерживать в повседневной	<b>Знать:</b> Теоретические и практические знания и навыки в бытовой и	ИУК-8.1. Применяет теоретические и практические знания и	

<p>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)</p>	<p>профессиональной сфере для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности и сохранения природной среды; Основные необходимые оперативные действия по предотвращению чрезвычайных ситуаций и/или их последствий, в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов</p>	<p>навыки в бытовой и профессиональной сфере для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности и сохранения природной среды ИУК-8.2. Осуществляет оперативные действия по предотвращению чрезвычайных ситуаций и/или их последствий, в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов</p>	
	<p><b>Уметь:</b> Применять теоретические и практические знания и навыки в бытовой и профессиональной сфере для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности и сохранения природной среды; Осуществлять оперативные действия по предотвращению чрезвычайных ситуаций и/или их последствий, в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов</p>		
	<p><b>Владеть (иметь навыки):</b> Навыком применения теоретических и практических знаний и навыков в бытовой и профессиональной сфере для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности и сохранения природной среды; Навыком осуществления оперативных действий по предотвращению чрезвычайных ситуаций и/или их последствий, в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов</p>		

#### 4. Структура дисциплины

Тема 1. Теоретические основы безопасности жизнедеятельности. Цель, задачи, концепция БЖД.

Тема 2. Чрезвычайные ситуации природного характера и защита населения от их последствий.

Тема 3. Чрезвычайные ситуации техногенного характера и защита населения от их последствий.

Тема 4. Чрезвычайные ситуации социального характера и защита населения от их последствий.

Тема 5. Проблемы национальной и международной безопасности Российской Федерации

Тема 6. Гражданская оборона и ее задачи.

Тема 7. Безопасность жизнедеятельности на производстве. Негативные факторы среды обитания

Тема 8. Первая медицинская помощь

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е. / 72 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: зачет**

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Социология»**

**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Целями освоения дисциплины (модуля) «Социология»** - формирование теоретических социологических знаний и практических навыков социологического анализа информации и межкультурного разнообразия общества.

**Задачи освоения дисциплины (модуля):**

- сформировать систему теоретических знаний по истории мировой и российской социологической мысли;
- сформировать систему теоретических знаний в области общей социологической теории;
- сформировать систему практических навыков социологического анализа социального бытия
- повышение уровня взросления обучающихся в социокультурном (духовно-практическом) пространстве человеческого общения.

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина Б1.О.06 «Социология» реализуется в рамках обязательной части. Блока I «Дисциплины (модули)» в 1-м семестре у обучающихся по очной форме обучения

**Дисциплина является базой для прохождения Учебной практики:**  
 Ознакомительной практики.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

<b>Описание и код компетенции</b>	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>	<b>Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1)	<p><b>Знать:</b> основные этапы развития мировой и российской социологической мысли и основные социологические категории.</p> <p><b>Уметь:</b> анализировать основные этапы развития мировой и российской социологической мысли и основные социологические категории.</p> <p><b>Владеть (иметь навыки):</b> социологическим анализом информации и межкультурного разнообразия общества</p>	<p>ИУК-1.1. Выполняет поиск необходимой информации, её критический анализ и обобщает результаты анализа для решения поставленной задачи</p> <p>ИУК-1.2. Использует системный подход для решения поставленных задач</p>	

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философских контекстах (УК-5)	<p><b>Знать:</b> основные этапы развития мировой и российской социологической мысли и основные социологические категории; религиозно-культурные отличия общества, основанные на историческом процессе развития цивилизаций</p> <p><b>Уметь:</b> интерпретировать проблемы современности с учетом многообразия философских и этических концепций; вести коммуникацию с представителями иных национальностей и конфессий с учетом межкультурного разнообразия</p> <p><b>Владеть (иметь навыки):</b> способами выявления проблем общества, учитывая их философские и этические истоки; способами восприятия межкультурного разнообразия общества и технологиями межкультурной коммуникации</p>	ИУК-5.3. Демонстрирует понимание общего и особенного в развитии цивилизаций, религиозно-культурных отличий и ценностей локальных цивилизаций	

#### 4. Структура дисциплины

- Тема 1. Социология в системе научного знания
- Тема 2. Становление и развитие социологии
- Тема 3. Развитие социологии в России
- Тема 4. Общество и его структура
- Тема 5. Социальные институты
- Тема 6. Социальные изменения
- Тема 7. Общество и личность
- Тема 8. Общество и культура

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е. / 72 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: зачет**

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Русский язык и культура речи»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Целью освоения дисциплины (модуля) «Русский язык и культура речи»** является формирования современной языковой личности, повышение речевой культуры обучающихся, а также формирование у них компетенций, обеспечивающих дальнейшее самостоятельное профессиональное продвижение в области русского языка.

**Задачами освоения дисциплины (модуля)** является следующее:

- освоение базовых понятий дисциплины (литературный язык, культура речи, литературная норма, речевая ситуация, средства общения, функциональный стиль, деловое общение и др.);
- овладение знаниями системы норм русского литературного языка;
- формирование коммуникативной компетенции, предполагающей выбор языковых средств в соответствии с ситуацией общения;
- формирование культуры устной и письменной деловой речи;
- приобретение навыков устного публичного выступления;
- освоение принципов ведения эффективного диалога и дискуссии
- повышение уровня культуры общения.

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина Б1.О.07 «Русский язык и культура речи» реализуется в рамках обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» и изучается в 1 семестре обучающимися очной формы обучения.

**Для изучения дисциплины, необходимо освоение содержания** курса русского языка по образовательным программам среднего общего образования.

**Дисциплина является базой для изучения следующих дисциплин ОПОП:**

«Деловое общение», «Речевая коммуникация в связях с общественностью»  
 прохождение Учебной практики: Ознакомительной практики.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
<b>УК-4</b> Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном	<b>Знать:</b> нормы и методы обмена деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации; основные информационно-коммуникативные средства, используемые в	<b>ИУК-4.1.</b> Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке	



Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	<p>профессиональной деятельности</p> <p><b>Уметь:</b> находить, воспринимать и использовать информацию на государственном, полученную из печатных и электронных источников для решения стандартных коммуникативных задач; использовать различные формы, виды устной и письменной коммуникации; использовать современные средства коммуникации в информационной среде</p> <p><b>Владеть:</b> технологиями построения деловой коммуникации на государственном языке; информационно-коммуникативными технологиями в профессиональной деятельности</p>		
<b>ОПК-1.</b> Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиа тексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	<p><b>Знать:</b> функциональные стили речи, их признаки, правила их использования при осуществлении профессиональной деятельности</p> <p><b>Уметь:</b> создавать востребованные обществом и индустрией медиа тексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского языка</p> <p><b>Владеть:</b> навыками правильного композиционного и языкового оформления различных медиатекстов и (или) медиапродуктов</p>	<b>ИОПК-1.2.</b> 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.	

#### 4. Структура дисциплины

Тема 1. Понятие литературного языка и культуры речи

Тема 2. Культура речи как раздел языкознания. Тезаурус дисциплины «Русский язык и культура речи»

Тема 3. Понятие о литературной норме. Нормы письменной речи. Принципы русской орфографии и пунктуации.

Тема 4. Орфоэпические и акцентологические нормы. Грамматические нормы.

Тема 5. Лексика и фразеология. Лексические и фразеологические нормы

Тема 6. Функциональные стили русского языка, их классификация и взаимодействие.

Место разговорной речи в системе функциональных стилей.

Тема 7. Научный стиль речи и его особенности

Тема 8. Публицистический стиль речи и его особенности. Литературно-организационный, маркетинговый, авторский, стиль речи и его особенности. Изобразительно-выразительные средства речи.

Тема 9. Официально-деловой стиль речи. Деловая письменная речь.

Тема 10. Деловое общение и устная деловая речь

Тема 11. Риторика в современном мире. Публичное выступление и его особенности.

Тема 12. Логическая организация речи. Основы аргументации и эристики.

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е. / 144 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: экзамен**

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Деловое общение»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Цель освоения дисциплины (модуля) «Деловое общение»** - дать обучающимся знания в области теории и практики деловых коммуникаций, сформировать и развить коммуникативные компетенции, которые в дальнейшем позволят им осуществлять профессиональную деятельность на основе эффективных приемов делового взаимодействия

**Задачами освоения дисциплины (модуля)** является следующее:

- формирование знаний теоретических основ деловой коммуникации, понимания сущности, специфических особенностей и структуры делового общения, овладение понятийным аппаратом в области коммуникаций;
- овладение знаниями важнейших форм делового общения, инструментами и технологиями эффективной деловой коммуникации;
- освоение этических основ коммуникации в деловой и официальной сфере;
- формирование умения эффективно планировать и реализовывать устные и письменные деловые коммуникации;
- углубление практических знаний, умений и навыков в сфере культуры речи и стилистики;
- формирование навыков бесконфликтного делового взаимодействия и способов предупреждения и разрешения конфликтов в организации;
- овладение навыками эффективной самопрезентации;
- формирование знаний о национальной специфике делового общения, его этикета и принципов, и готовности использовать это знания во взаимодействии с деловыми партнерами.
- повышение культуры и этики профессионального (делового) общения

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина Б1.О.08 «Деловое общение» реализуется в рамках обязательной части Блока 1 «Дисциплины» и изучается во 2 семестре обучающимися по очной форме обучения.

**Для изучения дисциплины, необходимо освоение содержания следующих дисциплин ОПОП:** «Русский язык и культура речи», «Иностранный язык».

**Дисциплина является базой для изучения следующих дисциплин ОПОП:** «Речевая коммуникация в связях с общественностью», «Организация и проведение коммуникационных кампаний», «Планирование рекламных и PR кампаний в бизнесе», а также прохождения Учебной практики (Ознакомительная практика).

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
<p><b>УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</b></p>	<p><b>Знать:</b> формы, виды и функции стратегий сотрудничества для достижения поставленной цели; способы взаимодействия с другими членами команды для достижения поставленной задачи  <b>Уметь:</b> определять и устанавливать разные виды коммуникации, используя стратегии сотрудничества; взаимодействовать с другими членами команды для достижения поставленной задачи  <b>Владеть (иметь навыки):</b> навыком социального взаимодействия и стратегиями взаимного сотрудничества для достижения поставленной цели; навыком взаимодействия с другими членами команды для достижения поставленной задачи</p>	<p>ИУК-3.1. Определяет стратегию сотрудничества для достижения поставленной цели  ИУК-3.2. Взаимодействует с другими членами команды для достижения поставленной задачи</p>	
<p>УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p><b>Знать:</b> нормы и методы обмена деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации; основы письменной и устной речи на иностранном языке</p> <p><b>Уметь:</b> находить, воспринимать и использовать информацию на государственном, полученную из печатных и электронных источников для решения стандартных коммуникативных задач; использовать различные формы, виды устной и письменной коммуникации; находить, воспринимать и использовать информацию на иностранном языке</p> <p><b>Владеть (иметь навыки):</b> технологиями построения деловой коммуникации на государственном языке; технологиями построения деловой коммуникации на иностранном языке; информационно-коммуникативными технологиями в профессиональной деятельности</p>	<p>ИУК-4.1. Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке  ИУК-4.2. Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах не менее чем на одном иностранном языке  ИУК-4.3. Использует современные информационно-коммуникативные средства для коммуникации</p>	

#### **4. Структура дисциплины**

Тема 1. Сущность и содержание делового общения

Тема 2. Принципы современного делового общения.

Стили делового общения. Стили руководства.

Тема 3. Барьеры общения и способы их преодоления

Тема 4. Имидж делового человека. Имидж лидера

Тема 5. Этикет делового общения. Речевой аспект делового этикета.

Тема 6. Самопрезентация в деловом общении

Тема 7. Устное деловое общение и его ведущие жанры.

Деловая беседа, ее виды и речевые стратегии в ней.

Тема 8. Устное деловое общение и его ведущие жанры.

Переговоры и речевые стратегии в них.

Тема 9. Публичное выступление как вид делового общения. Презентационная речь.

Совещательная речь

Тема 10. Письменное деловое общение. Деловые письма и их виды

Тема 11. Деструктивные модели поведения в деловых отношениях

Тема 12. Национальные особенности делового общения

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е. / 108 ч.**

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

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Основы нравственности и воспитания, в том числе организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально ориентированными НКО»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Целями освоения дисциплины (модуля) «Основы нравственности и воспитания, в том числе организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально ориентированными НКО»** - являются формирование у обучающихся теоретических этических знаний и практических навыков этического анализа действительности, а также в сфере организации добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально ориентированными НКО.

**Задачи освоения дисциплины (модуля):**

- сформировать систему теоретических знаний и практических навыков в сфере этики (науки о морали и нравственности) и теории воспитания;
- сформировать систему теоретических знаний и практических навыков в сфере организации добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально ориентированными НКО;
- сформировать систему знаний в области гражданского, патриотического, духовно-нравственного, физического, трудового, экологического, культурно-просветительского, научно-образовательного воспитания;
- способствовать гражданскому, патриотическому, духовно-нравственному, физическому, трудовому, экологическому, культурно-просветительскому, научно-образовательному воспитанию обучающихся
- развитие мировоззрения и актуализация систем базовых ценностей личности, в том числе добровольчества.

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина Б1.О.09 «Основы нравственности и воспитания, в том числе организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально ориентированными НКО» реализуется в рамках обязательной части. Блока I «Дисциплины (модули)» в 1-м семестре у обучающихся по очной форме обучения

**Для изучения дисциплины, необходимо освоение содержания** курса обществознания на уровне образовательной программы среднего общего образования.

**Дисциплина является базой для прохождения** Учебной практики: (Ознакомительная практика), Производственной практики: Технологической (проектно-технологической) практики.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
<p>Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философских контекстах (УК-5)</p>	<p><b>Знать:</b> основные этапы развития мировой и российской этической мысли, основные этические категории, а также организацию добровольческого движения и взаимодействие с СО НКО с целью восприятия межкультурного разнообразия общества.</p>	<p>ИУК-5.3. Демонстрирует понимание общего и особенного в развитии цивилизаций, религиозно-культурных отличий и ценностей локальных цивилизаций</p>	
	<p><b>Уметь:</b> анализировать основные этапы развития мировой и российской этической мысли, а также основные этические категории для восприятия межкультурного разнообразия общества.</p>		
	<p><b>Владеть (иметь навыки):</b> этическим анализом межкультурного разнообразия общества и принципами недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции</p>		
<p>Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению (УК-10)</p>	<p><b>Знать:</b> правовые нормы о противодействии коррупционному поведению; причины и условия, способствующие коррупционному поведению</p>	<p>ИУК-10.1. Демонстрирует знание и правильность применения правовых норм о противодействии коррупционному поведению ИУК-10.2. Демонстрирует способность анализировать причины и условия, способствующие коррупционному поведению</p>	
	<p><b>Уметь:</b> применять правовые нормы о противодействии коррупционному поведению; анализировать причины и условия, способствующие коррупционному поведению</p>		
	<p><b>Владеть (иметь навыки):</b> <input type="checkbox"/> навыками применения правовых норм о противодействии коррупционному поведению; способностью анализировать причины и условия, способствующие коррупционному поведению</p>		

#### **4. Структура дисциплины**

Раздел 1. Основы нравственности и воспитания

Тема 1.1. Теоретические аспекты нравственности и воспитания.

Тема 1.2. Этическая и воспитательная мысль Древнего мира

Тема 1.3. Этическая и воспитательная мысль Средневековья и Возрождения

Тема 1.4. Этическая и воспитательная мысль Нового и Новейшего времени

Тема 1.5. Русская этическая и воспитательная мысль

Тема 1.6. Практические аспекты нравственности и воспитания

Раздел 2. Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально ориентированными НКО

Тема 2.1. Добровольческая (волонтерская) деятельность: основные понятия

Тема 2.2. Правовые аспекты добровольческой (волонтерской) деятельности

Тема 2.3. Организация добровольческой (волонтерской) деятельности

Тема 2.4. Взаимодействие с социально ориентированными НКО

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е. / 144 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: экзамен**



**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Тайм-менеджмент»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Целями освоения дисциплины (модуля) «Тайм - менеджмент»** является формирование у студентов общих представлений о сущности и типах управления временем, принципах и способах управления временным ресурсом для более успешного осуществления профессиональной деятельности.

**Задачи освоения дисциплины (модуля):**

- формирование у студентов системы знаний по курсу;
- формирование у студентов представления о тайм-менеджменте;
- развитие организационной компетенции, предполагающей овладение способами управления и руководства временем;
- совершенствование у студентов навыков самоконтроля, самоорганизации и саморегуляции;
- формирование и совершенствование умения качественно анализировать и оценивать свои действия
- выявление и поддержка формирования у обучающихся организаторских навыков, вовлечение обучающихся в процесс саморазвития и самореализации.

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина Б1.О.10 «Тайм - менеджмент» реализуется в рамках обязательной части Блока I «Дисциплины (модули)» во 2 семестре у обучающихся в очной форме обучения.

**Дисциплина является базой для изучения следующих дисциплин ОПОП:** Учебной практики: Ознакомительной практики, Производственной практики: Технологической (проектно-технологической) практики.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в	<b>Знания:</b> способы и методы адекватного оценивания временных ресурсов и ограничений, и эффективного планирования собственного времени; способы и методы планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации <b>Умения:</b>	ИУК-6.1. Эффективно планирует собственное время ИУК-6.2. Планирует траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации	

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
течение всей жизни (УК-6)	<p>адекватно оценивать временные ресурсы и ограничения и эффективно планировать собственное время; планировать траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации</p> <p><b>Владеть (иметь навыки):</b>  навыком адекватного оценивания временных ресурсов и ограничений и эффективного планирования собственного времени; навыком планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации</p>		

#### 4. Структура дисциплины

Тема 1. Предмет «Тайм-менеджмент», цели и задачи дисциплины, основные категории

Тема 2 Время как ресурс. Основной закон времени.

Тема 3. . Система управления временем

Тема 4. Личная система управления временем

Тема 5. Инвентаризация и анализ времени.

Тема 6. Процессный подход деятельности. Методики Кайдзен.

Тема 7. Способы повышения личной эффективности

Тема 8. Отдых как условие успешного тайм-менеджмента

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е. / 72 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: зачет**

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Культурология»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Цели дисциплины:**

Формирование у обучающихся мировоззренческих ориентиров, ценностных установок, общекультурной самоидентификации, развитие духовно-нравственного начала и стремления к совершенствованию в профессиональной деятельности.

**Задачи дисциплины:**

- уяснение сущность культуры как социального феномена, её роли в развитии личности и общества;
- уяснение функций и закономерностей развития культуры;
- понимание феномена и специфики современной цивилизации;
- ориентация в истории культуры России, понимание её места и значения в системе мировой цивилизации;
- формирование представлений о взаимосвязи человека общества и культуры;
- понимание процессов инкультурации и социализации личности;
- формирование готовности и способности к постоянному саморазвитию, выстраивать стратегии и траектории личностного и профессионального роста;
- формирование умений строить межличностные и межкультурные отношения.

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина Б1.О.11 «Культурология» реализуется в рамках обязательной части Блока I «Дисциплины (модули)» во 2 семестре у обучающихся очной формы обучения.

**Для изучения дисциплины, необходимо освоение содержания следующих дисциплин ОПОП: «Деловое общение».**

**Дисциплина является базой для изучения следующих дисциплин ОПОП: «История мировой литературы и искусства», Учебной практики: Ознакомительной практики, Производственной практики: Технологической (проектно-технологической) практики.**

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом,	<b>Знания:</b> общее и особенное в развитии цивилизаций, религиозно-культурных отличий и ценностей локальных цивилизаций <b>Умения:</b> демонстрировать понимание общего и особенного в развитии	ИУК 5.3. Демонстрирует понимание общего и особенного в развитии цивилизаций, религиозно-культурных отличий и ценностей локальных цивилизаций	

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
этическом и философском контекстах	<p>цивилизаций, религиозно-культурных отличий и ценностей локальных цивилизаций</p> <p><b>Навыки и (или) опыт профессиональной деятельности:</b> пониманием общего и особенного в развитии цивилизаций, религиозно-культурных отличий и ценностей локальных цивилизаций</p>		
ОПК-3 способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<p><b>Знания:</b> основные стили и направления в мировой и отечественной литературе и искусстве, их характерные особенности</p> <p><b>Умения:</b> соотносить произведения различных видов искусства с определенной эпохой, стилем и направлением; использовать приобретенные знания и умения в профессиональной деятельности</p> <p><b>Навыки и (или) опыт профессиональной деятельности:</b> навыком анализа достижений отечественной и мировой литературы и искусства, умением применять полученные знания в процессе осуществления профессиональной деятельности</p>	ИОПК 3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	

#### 4. Структура дисциплины

- Тема 1. Основные понятия культурологии
- Тема 2. Типологические характеристики культур
- Тема 3. Культуры первобытного общества и древних цивилизаций
- Тема 4. Особенности европейской культуры в период средневековья и Возрождения
- Тема 5. Мировая культура Нового и Новейшего времени
- Тема 6. Развитие отечественной культуры
- Тема 7. Современная мировая культура
- Тема 8. Культура личности

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е. / 72 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: зачет**

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Финансовая грамотность»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Целью освоения дисциплины (модуля) «Финансовая грамотность»** является формирование у обучающихся базовых навыков финансовой грамотности и принятия финансовых решений в области управления личными финансами.

**Задачи освоения дисциплины (модуля):**

- сформировать базовые компетенции в области финансовой грамотности;
- сформировать общее представление об особенностях современных финансовых рынков;
- обучить технологиям анализа финансовой информации;
- выработать практические навыки принятия финансовых и экономических решений
- воспитание экономической культуры и навыков поведения в условиях рыночной экономики

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина Б1.О.12 «Финансовая грамотность» реализуется в рамках части, формируемой участниками образовательных отношений Блока I «Дисциплины (модули)» во 2 семестре у обучающихся по очной форме обучения.

**Для изучения дисциплины, необходимо освоение содержания следующих дисциплин ОПОП:** «Экономическая теория», «Обществознание» (школьная программа).

**Дисциплина является базой для изучения следующих дисциплин ОПОП:** Учебной практики: Ознакомительной практики, Производственной практики: Технологической (проектно-технологической) практики

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности (УК-9)	<b>Знания:</b> базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике <b>Умения:</b> анализировать и применять в различных областях жизнедеятельности показатели развития национальной экономики и социальной	ИУК-9.1. Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике	

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
	<p>сферы, цели, методы и инструменты государственного воздействия на экономику</p> <p><b>Владеть (иметь навыки):</b>          способностью анализировать определять приоритетные направления социально-экономической политики государства</p>		

#### 4. Структура дисциплины

Тема 1. Финансовые услуги, инструменты сбережения и инвестирования.

Тема 2. Банковские услуги и продукты.

Тема 3. Потребительское страхование.

Тема 4. Недвижимость как инструмент сбережения и инвестирования.

Тема 5. Фондовый рынок.

Тема 6. Валютные операции.

Тема 7. Основы личного финансового планирования.

Тема 8. Налогообложение физических лиц.

Тема 9. Возможности пенсионного накопления.

Тема 10. Риски в финансовой сфере.

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е. / 108 з.**

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

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Экономическая теория»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Целью освоения дисциплины (модуля) «Экономическая теория»** является формирование у обучающихся представлений о закономерностях поведения экономических субъектов и механизме функционирования экономики на микро- и макроуровне.

**Задачи освоения дисциплины (модуля):**

- раскрыть содержание базовых категорий экономической теории;
- дать углубленные представления о принципах и законах функционирования рыночной экономики и ее основных субъектов – фирм, домохозяйств, государства;
- показать роль и значение различных школ экономической мысли в развитии экономической теории;
- воспитать способность к критическому осмыслению и сравнительному анализу различных экономических концепций;
- познакомить с методами экономического анализа;
- развить навыки самостоятельной исследовательской работы
- воспитание экономической культуры и навыков поведения в условиях рыночной экономики

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина Б1.О.13 «Экономическая теория» реализуется в рамках части, формируемой участниками образовательных отношений Блока I «Дисциплины (модули)» в I семестре у обучающихся по очной форме обучения

Для изучения дисциплины, необходимо освоение содержания следующих дисциплин ОПОП: «Обществознание» (школьная программа).

Дисциплина является базой для изучения следующих дисциплин ОПОП: «Финансовая грамотность», а также Учебной практики: Ознакомительной практики, Производственной практики: Технологической (проектно-технологической) практики.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их	<b>Знания:</b> базовые экономические понятия, основополагающие экономические законы, категории, концепции, фундаментальные проблемы экономической науки;	ИУК-2.1 демонстрирует знание современных макроэкономических и микроэкономических концепций, моделей, ведущих школ и	

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
<p>решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2)</p>	<p>основные характеристики современных макроэкономических и микроэкономических концепций.</p> <p><b>Умения:</b> использовать основы экономических знаний при определении в рамках поставленной цели проекта совокупности взаимосвязанных задач.</p> <p><b>Навыки и (или) опыт профессиональной деятельности:</b> экономическими методами решения выделенных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами</p>	<p>направлений развития макро- и микроэкономики</p>	
<p>УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</p>	<p><b>Знания:</b> способы измерения результатов экономической деятельности; финансовые показатели деятельности экономических субъектов; методы анализа эффективности применения инструментов экономической политики</p> <p><b>Умения:</b> применять инструментальный анализа экономических процессов; формулировать задачу и прогнозировать экономическую ситуацию в зависимости от принятия того или иного организационно-управленческого решения; использовать полученные сведения для принятия управленческих решений по поставленным экономическим задачам</p> <p><b>Навыки и (или) опыт профессиональной деятельности:</b> навыками выявления проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом действия экономических закономерностей; проведения</p>	<p>ИУК-9.2 понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели формы участия государства в экономике</p>	



Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
	оценки экономических явлений и процессов на микроуровне и макроуровне		

#### 4. Структура дисциплины

Тема 1. Введение в экономическую теорию.

Тема 2. Теория спроса и предложения, понятие и виды эластичности.

Тема 3. Издержки производства и прибыль, экономическое равновесие фирмы, максимальная прибыль в условиях совершенной конкуренции.

Тема 4. Поведение фирмы в условиях несовершенной конкуренции.

Тема 5. Рынки факторов производства и формирование факторных доходов.

Тема 6. Понятие воспроизводства, система национальных счетов как отражение процесса воспроизводства.

Тема 7. Общее макроэкономическое равновесие. Макроэкономическая нестабильность. Экономический рост. Теории экономического роста.

Тема 8. Роль государства в рыночной экономике.

Тема 9. Денежная и кредитно-банковская системы государства.

Тема 10. Финансовая система и бюджетно-налоговая политика государства.

Тема 11. Мировая экономика и валютная система.

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е. / 144 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: экзамен**

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«История мировой литературы и искусств»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Цели дисциплины:**

- теоретическое знакомство с культурой разных эпох и народностей;
- формирование знаний о генезисе, основных тенденциях и художественном своеобразии русской и зарубежной литературы и искусства на разных этапах их исторического развития.

**Задачи дисциплины:**

- дать обучающимся научные представления о понятиях «культура» и «искусство»;
- показать место курса в системе гуманитарных знаний и профессиональной подготовке специалистов сферы рекламы и связей с общественностью;
- сформировать знания о закономерностях, этапах, содержании и значении исторического развития мировой культуры, литературы и искусства, выдающихся памятниках мирового культурного наследия и их роли в жизни современного общества;
- выработать умения и навыки использования и охраны культурного наследия, заложить основы профессиональной культуры, этики и нравственности
- развитие мировоззрения и актуализация систем базовых ценностей личности.

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина Б1.О.14 «История мировой литературы и искусств» реализуется в рамках обязательной части Блока I «Дисциплины (модули)» во 2 семестре у обучающихся очной формы обучения.

**Для изучения дисциплины, необходимо освоение содержания:** «Мировая художественная культура» по образовательным программам среднего общего образования.

**Дисциплина является базой для прохождения:** Учебной практики: Ознакомительной практики, Производственной практики: Технологической (проектно-технологической) практики

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и	<b>Знания:</b> общее и особенное в развитии цивилизаций, религиозно-культурных отличий и ценностей локальных цивилизаций  <b>Умения:</b> демонстрировать понимание общего и особенного в развитии цивилизаций, религиозно-	ИУК 5.3. Демонстрирует понимание общего и особенного в развитии цивилизаций, религиозно-культурных отличий и ценностей локальных цивилизаций	

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
философском контекстах	культурных отличий и ценностей локальных цивилизаций <b>Навыки и (или) опыт профессиональной деятельности:</b> пониманием общего и особенного в развитии цивилизаций, религиозно-культурных отличий и ценностей локальных цивилизаций		
ОПК-3 способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<b>Знания:</b> основные стили и направления в мировой и отечественной литературе и искусстве, их характерные особенности <b>Умения:</b> соотносить произведения различных видов искусства с определенной эпохой, стилем и направлением; использовать приобретенные знания и умения в профессиональной деятельности <b>Навыки и (или) опыт профессиональной деятельности:</b> навыком анализа достижений отечественной и мировой литературы и искусства, умением применять полученные знания в процессе осуществления профессиональной деятельности	ИОПК 3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	

#### 4. Структура дисциплины

Тема № 1. Литература и искусство периода Античности

Тема № 2. Европейская литература и искусство периода Средневековья и Эпохи возрождения

Тема № 3. Литература и искусство эпохи просвещения

Тема № 4. Мировая литература и искусство XIX века

Тема № 5. Мировая литература и искусство XX века

Тема № 6. Искусство Древней Руси и древнерусская литература

Тема № 7. Массовая литература и искусство XXI века. Современные направления и тенденции.

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е. / 144 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: экзамен**

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Речевая коммуникация в связях с общественностью»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Цель:** формирование способности к коммуникации в устной и письменной форме для выполнения профессиональных функций связей с общественностью и рекламы

**Задачи дисциплины:**

- формирование знаний о системе речевых жанров публичной коммуникации и навыков подготовки публичных выступлений перед различными аудиториями;
- практическая подготовка к выступлениям, созданию текста выступления и презентации в различных речевых жанрах и стилях

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина **Б1.О.15 Речевая коммуникация в связях с общественностью** реализуется в рамках обязательной части Блока I «Дисциплины (модули)» в 2-м семестре у обучающихся по очной форме обучения

Для освоения дисциплины «**Речевая коммуникация в связях с общественностью**» обучающиеся используют знания, умения, навыки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Русский язык и культура речи», «Деловое общение».

Дисциплина «**Речевая коммуникация в связях с общественностью**» является базой для дальнейшего прохождения Учебной практики: Ознакомительной практики, Производственной практики: Технологической (проектно-технологической) практики

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
<b>УК-4</b> Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (-ых) языке (ах)	<b>Знать:</b> теорию и практику обмена деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке <b>Уметь:</b> вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке <b>Владеть:</b> навыком обмена деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке	ИУК-4.1. Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке.	
<b>ОПК-1</b> Способен создавать востребованные обществом и	<b>Знать:</b> коммуникативные продукты в аналоговой и цифровой среде. <b>Уметь:</b> создавать коммуникативные продукты в соответствии с нормами	ИОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или)	

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	русского и иностранного языков в аналоговой и цифровой среде в соответствии с социальными запросами аудитории <b>Владеть:</b> навыками подготовки 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	иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	
<b>ОПК-3</b> Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<b>Знать:</b> основные достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов <b>Уметь:</b> учитывать достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов <b>Владеть:</b> способностью учитывать достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	ИОПК-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	

#### 4. Структура дисциплины

- Тема 1. Основные понятия речевой коммуникации
- Тема 2. Речевые тактики общения
- Тема 3. Речевая этика в деловом общении
- Тема 4. Стратегии и тактики речевой коммуникации
- Тема 5. Невербальные средства общения
- Тема 6. Виды, язык и стиль деловых документов
- Тема 7. PR-тексты и их жанры
- Тема 8. Реклама в деловой речи

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е. / 108 ч.**

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

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Информационные технологии в профессиональной деятельности»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Цели дисциплины:** дать представление о современных технических средствах и информационно-коммуникационных технологиях для получения первичного опыта работы с информационными технологиями и базами данных в процессе создания коммуникационного продукта

**Задачи дисциплины:**

- охарактеризовать применение современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
- дать представление о современных российских и зарубежных базах данных
- сформировать представление о систематизированной информации для использования в профессиональной деятельности
- обучить процессам и методам поиска, сбора, хранения, обработки, распространения информации

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина Б1.О.16 «Информационные технологии в профессиональной деятельности» реализуется в рамках обязательной части Блока I «Дисциплины (модули)» в 2 семестре у обучающихся по очной форме обучения.

Для изучения дисциплины, необходимо освоение содержания курса Информатики по образовательным программам среднего общего образования.

Дисциплина является базой для изучения следующих дисциплин ОПОП: «Презентационные технологии», «Основы интегрированных коммуникаций».

Дисциплина является базой для прохождения Учебной практики: Ознакомительной практики, Производственной практики: Технологической (проектно-технологической) практики.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
<b>УК-1.</b> Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<b>Знать:</b> способы и методы поиска необходимой информации, её критического анализа и обобщения результатов анализа для решения поставленной задачи, системный подход для решения поставленных задач	<b>ИУК-1.1.</b> Выполняет поиск необходимой информации, её критический анализ и обобщает результаты анализа для решения поставленной задачи <b>ИУК-1.2.</b> Использует системный подход для	

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
	<p><b>Уметь:</b> выполнять поиск необходимой информации, критически ее анализировать и обобщать результаты анализа для решения поставленной задачи, применять системный подход для решения поставленных задач</p> <p><b>Владеть:</b> навыком поиска необходимой информации, её критического анализа и обобщения результатов анализа для решения поставленной задачи, навыком применения системного подхода для решения поставленных задач</p>	решения поставленных задач	
<p><b>ОПК-6.</b> Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p><b>Знать:</b> принципы отбора необходимого технического оборудования и программного обеспечения для осуществления профессиональной деятельности, современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение</p> <p><b>Уметь:</b> отбирать необходимое техническое оборудование и программное обеспечение для осуществления профессиональной деятельности, применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p><b>Владеть:</b> навыком отбора необходимого технического оборудования и программного обеспечения для осуществления профессиональной деятельности, навыками применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	<p><b>ИОПК-6.1.</b> Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение</p> <p><b>ИОПК-6.2.</b> Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	

#### **4. Структура дисциплины**

Тема 1. Информация, информационные ресурсы и потоки. Информатизация общества

Тема 2. Информационно-коммуникационные технологии

Тема 3. Информационные и телекоммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью

Тема 4. Цифровые устройства, платформы и программное обеспечение в деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью

Тема 5. Программное обеспечение для социологических и маркетинговых исследований

Тема 6. Возможности и назначение различных графических пакетов.

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е. / 144 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: экзамен**



**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Правовые основы рекламы и PR»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Целью освоения дисциплины (модуля) «Правовые основы рекламы и PR»** является изучение теоретических основ механизма государственного регулирования информационной деятельности, в частности рекламной деятельности, а также формирование навыка использовать основы правовых знаний в сфере своей профессиональной деятельности

**Задачи освоения дисциплины (модуля):**

- изучить понятия «государственное регулирование» и «государственное управление», особенности их применения в отношении рекламной и информационной деятельности;
- определить общие и специальные требования, предъявляемые законодательством к осуществлению рекламной и информационной деятельности;
- изучить субъектный состав информационных правоотношений, основные права и обязанности сторон указанных отношений, а также их ответственность за нарушение законодательства о рекламе и о СМИ;
- рассмотреть особенности участия основных сил в регулировании рекламно-информационной деятельности (потребители, общественные организации, государство).

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина Б1.О.17 «Правовые основы рекламы и PR» реализуется в рамках обязательной части Блока I «Дисциплины (модули)» во 3-м семестре у обучающихся по очной формы обучения.

**Для изучения дисциплины, необходимо освоение содержания следующих дисциплин ООП:** «История (история России, всеобщая история)», «Экономическая теория», «Основы нравственности и воспитания, в том числе организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально-ориентированными НКО».

**Дисциплина является базой для изучения следующих дисциплин ООП:** «Организация и проведение коммуникационных кампаний», «Теория и практика связей с общественностью», Учебная практика: Ознакомительная практика.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать	<b>Знать:</b> методологию выбора оптимальных способов решения задач, учитывая	<b>ИУК-2.2.</b> Выбирает оптимальный способ решения задач, учитывая действующие правовые	

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	действующие правовые нормы и имеющиеся условия, ресурсы и ограничения <b>Уметь:</b> определять круг задач, планировать и выбирать пути их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений <b>Владеть:</b> способами решения конкретных задач в профессиональной деятельности, исходя из действующих норм, имеющихся ресурсов	нормы и имеющиеся условия, ресурсы и ограничения	
<b>УК-10.</b> Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	<b>Знать:</b> правовые нормы о противодействии коррупционному поведению. <b>Уметь:</b> применять правовые нормы о противодействии коррупционному поведению; анализировать причины и условия, способствующие коррупционному поведению <b>Владеть:</b> навыками применения правовых норм о противодействии коррупционному поведению	<b>ИУК-10.1.</b> Демонстрирует знание и правильность применения правовых норм о противодействии коррупционному поведению	
<b>ОПК-5.</b> 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	<b>Знать:</b> совокупность правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях <b>Уметь:</b> применять в процессе осуществления профессиональной деятельности правовые и этические нормы, регулирующие развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	<b>ИОПК-5.1.</b> Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
	<p><b>Владеть:</b> навыком применения при осуществлении профессиональной деятельности правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p>		
<p><b>ОПК-7.</b> Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p><b>Знать:</b> цеховые принципы социальной ответственности, особенности отбора информации, профессиональных средств и приемов, этические нормы</p> <p><b>Уметь:</b> осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p> <p><b>Владеть:</b> навыком быстрого поиска информации, синтеза и анализа конкретной информации, знанием этических норм в профессиональном обществе</p>	<p><b>ИОПК-7.2.</b> Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p>	

#### 4. Структура дисциплины

Тема 1. Правовое регулирование PR-деятельности.

Тема 2. Особенности регулирования информационных отношений, возникающих при производстве, распространении и потреблении массовой информации в РФ

Тема 3. Основное содержание Закона РФ «О средствах массовой информации» и ответственность за его нарушение

Тема 4. Этические нормы, критерии и правила в рекламе и PR

Тема 5. Освещение деятельности органов государственной власти средствами массовой информации

Тема 6. Законодательство, регулирующее рекламную деятельность в РФ

Тема 7. Правовое регулирование отдельных видов рекламы

Тема 8. Ненадлежащая реклама

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е. / 108 ч.**

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

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Теория и практика рекламы»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Цель:** познакомить студентов с понятием рекламы, ее современным состоянием, глобальными тенденциями развития и перспективными направлениями рекламной деятельности; раскрыть роль рекламы в жизни общества; определить место рекламы в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций; заложить основы этического подхода к профессии.

**Задачи дисциплины:**

- дать представление об основах рекламной коммуникации и рекламной деятельности;
- продемонстрировать виды и формы рекламы, объяснить функции рекламы в обществе;
- дать представление о принципах взаимодействия рекламы и других маркетинговых коммуникаций;
- обучить основным принципам разработки рекламного медиапродукта;
- дать представление об основах копирайтинга и медиапланирования;
- обучить средствам и способам анализа эффективности рекламного воздействия;
- продемонстрировать и охарактеризовать мировой и отечественный опыт рекламной деятельности;
- ознакомить с основными рекламными фестивалями и конкурсами профессионального мастерства;
- дать представление о профессиональных сообществах рекламистов и их деятельности

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина **Б1.О.18 Теория и практика рекламы** реализуется в рамках обязательной части Блока I «Дисциплины (модули)» в 3-м семестре у обучающихся в очной форме обучения

Для освоения дисциплины «**Теория и практика рекламы**» студенты используют знания, умения, навыки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Речевая коммуникация в связях с общественностью», «Социология».

Дисциплина «**Теория и практика рекламы**» является базой для освоения дисциплины «Организация и проведение коммуникационных кампаний», дальнейшего прохождения Учебной практики: Ознакомительной практики, Производственной практики: Технологической (проектно-технологической) практики, а также подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
<b>ОПК-1</b> 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	<b>Знать:</b> отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ <b>Уметь:</b> выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ <b>Владеть:</b> навыком выявления отличительных особенностей медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	ИОПК-1.1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	
<b>ОПК-4</b> Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<b>Знать:</b> способы сбора и соотношения социологических данных потребностей общества и отдельных аудиторных групп <b>Уметь:</b> соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп <b>Владеть:</b> навыком соотношения социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	ИОПК-4.1 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	
<b>ОПК-6</b> Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	<b>Знать:</b> принципы отбора необходимого технического оборудования и программного обеспечения для осуществления профессиональной деятельности <b>Уметь:</b> отбирать необходимое техническое оборудование и программное обеспечение для осуществления профессиональной деятельности <b>Владеть:</b> навыком отбора необходимого технического оборудования и программного обеспечения для осуществления профессиональной деятельности	ИОПК-6.1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	

#### 4. Структура дисциплины

- Тема 1. Определение рекламы и ее роль в обществе
- Тема 2. Глобальные тенденции развития рекламы
- Тема 3. Виды рекламы и ее характеристики
- Тема 4. Социально-психологические основы рекламы
- Тема 5. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций

Тема 6. Понятия эффекта и эффективности рекламы

Тема 7. Особенности современного этапа развития рекламного рынка

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 5 з.е. / 180 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: экзамен**

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Теория и практика медиакоммуникаций»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Цель:** познакомить студентов с основными теоретическими аспектами массовой информации, спецификой различных жанров массовой информации, особенностями медиа в современной инфосфере; дать общее представление о массмедиа для эффективного взаимодействия внутри медиакоммуникационного поля для решения задач в рамках рекламного и пиар производства; сформировать понимание основных принципов работы с информацией для массовой аудитории с помощью каналов массовой коммуникации.

**Задачи дисциплины:**

- дать представление о современных теориях массмедиа, о системе СМИ, о подходах к изучению СМИ;
- дать представление о профессии журналиста, правовых и этических аспектах работы в СМИ;
- дать представление о системе жанров СМИ, об основных характеристиках медиапродукта и массовой аудитории;
- познакомить основами медиаэкономики, медиапроизводства и медиапродвижения

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина **Б1.О.19 Теория и практика медиакоммуникаций** реализуется в рамках обязательной части Блока I «Дисциплины (модули)» в 2-м семестре у обучающихся гж очной форме обучения

Для освоения дисциплины «**Теория и практика медиакоммуникаций**» студенты используют знания, умения, навыки, сформированные в ходе изучения дисциплин «История мировой литературы и искусства», «Речевая коммуникация в связях с общественностью», «Информационные технологии в профессиональной деятельности». Дисциплина «**Теория и практика медиакоммуникаций**» является базой для освоения дисциплин «Теория и практика рекламы», «Психология рекламы и связей с общественностью», дальнейшего прохождения Учебной практики: Ознакомительной практики, а также подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной	<b>Знать:</b> совокупность правовых и этических норм, регулирующих развитие разных	ИОПК-5.1. Знает совокупность политических,	



Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
<p>деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях, специфику коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p> <p><b>Уметь:</b> применять в процессе осуществлении профессиональной деятельности правовые и этические нормы, регулирующие развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях, осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p> <p><b>Владеть:</b> навыком применения при осуществлении профессиональной деятельности правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях, навыком осуществления своих профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>	<p>экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p><b>ИОПК-5.2.</b> Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>	
<p><b>ОПК-2</b> Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p><b>Знать:</b> основные тенденции развития общественных и государственных институтов и необходимость их учета при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов</p> <p><b>Уметь:</b> учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов</p> <p><b>Владеть:</b> способностью учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов</p>	<p><b>ИОПК-2.2.</b> Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов</p>	

#### **4. Структура дисциплины**

Тема 1. Медиакоммуникационные процессы и ИХ закономерности функционирования в обществе

Тема 2. Современная медиасреда

Тема 3. Современные концепции развития СМИ

Тема 4. Традиционные и новые медиа

Тема 5. Медиаобщения

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 5 з.е. / 180 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: экзамен**

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Психология рекламы и связей с общественностью»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Цели дисциплины:** повышение уровня психологической компетентности студентов, формирование целостного представления о личностных особенностях человека как факторе успешности овладения и осуществления ими профессиональной деятельностью, развитию умений учиться, культуры умственного труда, самообразования; умений более эффективно принимать решения с опорой на знание психологической природы человека и общества.

**Задачи дисциплины:**

- знакомство студентов с основными понятиями общей психологии, психологии личности и социальной психологии, а также с методами психологической науки;
- представление различных точек зрения на сущность, природу и механизмы развития психологических феноменов и образований;
- формирование системы представлений об основных современных психологических школах и направлениях;
- демонстрация возможности применения полученных психологических знаний на практике;
- расширение представления студентов об особенностях и возможностях собственной психики.

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина Б1.О.20 «Психология рекламы и связей с общественностью» реализуется в рамках обязательной части Блока I «Дисциплины (модули)» в 3 семестре у обучающихся очной формы обучения.

**Для изучения дисциплины, необходимо освоение содержания следующих дисциплин ООП:** в ходе изучения дисциплин «Речевая коммуникация в связях с общественностью», «Социология».

**Дисциплина является базой для изучения следующих дисциплин ОПОП:** «Организация и проведение коммуникационных кампаний», дальнейшего прохождения Учебной практики: Ознакомительной практики, Производственной практики: Технологической (проектно-технологической) практики, а также подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
<p><b>УК-3</b> Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p>	<p><b>Знания:</b> психологические теории командного взаимодействия и ролевого распределения внутри команды</p> <p><b>Умения:</b> взаимодействовать с другими членами команды для достижения поставленной задачи</p> <p><b>Навыки и (или) опыт профессиональной деятельности:</b> навыком реализации различных ролей внутри команды и делового взаимодействия</p>	<p><b>ИУК 3.2.</b> Взаимодействует с другими членами команды для достижения поставленной задачи.</p>	
<p><b>ОПК-4.</b> Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p><b>Знания:</b> запросы и потребности общества и отдельных аудиторных групп с точки зрения психологии массовой коммуникации; особенности различных социальных групп, их информационные ожидания; методы выявления этих ожиданий, способы толерантного и эффективного взаимодействия с различными социальными группами в рамках профессиональных отношений с учётом культурных, этнических и прочих различий; особенности психологии пропаганды, рекламного воздействия, слухов, моды и творчества в коммуникационных процессах.</p> <p><b>Умения:</b> анализировать социально-значимые проблемы и процессы с точки зрения психологии массовой коммуникации, грамотно использовать результаты психологических исследований при планировании и проведении коммуникационных кампаний; применять способы влияния на информационные ожидания различных социальных групп</p> <p><b>Навыки и (или) опыт профессиональной деятельности:</b> опытом использования методов психологии массовой коммуникации при решении</p>	<p><b>ИОПК-4.1.</b> Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p> <p><b>ИОПК-4.2.</b> 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</p>	

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
	социальных и профессиональных задач, навыками применения инструментария, приемов и технологий в области психологии массовой коммуникации		

#### 4. Структура дисциплины

- Тема 1. Психология рекламы и связей с общественностью
- Тема 2. Привлечение и удержание внимания в рекламе
- Тема 3. Понимание и запоминаемость рекламного сообщения
- Тема 4. Мотивация потребителя
- Тема 5. Сегментирование и потребительский инсайт
- Тема 6. Модели потребителей в рекламной деятельности

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е. / 144 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: экзамен**

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Основы компьютерной верстки и дизайна»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Цели дисциплины:** формирование у студентов базовых знаний в области типологии культурно-исторических критериев типографики и законах создания печатной текстовой информации посредством набора и верстки.

**Задачи дисциплины:**

- получение знаний по видам, формам и составляющим типографики;
- освоение методики практической работы над проектом, композицией;
- умение работать самостоятельно, творчески, аналитически;
- овладение техническим мастерством, умение профессионально, грамотно выполнить работу с учетом технологических требований и возможностей воспроизведения;
- освоение навыков работы в графических редакторах.
- овладение методикой комплексного проектирования печатных изданий;
- овладение модульной системой верстки печатных материалов и принципами создания сквозной структуры оформления;
- освоение методики практической работы компоновки в издании сложно структурного текста;
- воспитание профессиональной компетентной личности, способной самостоятельно творчески решать профессиональные задачи, осознавать личностную и общественную значимость профессиональной деятельности и нести профессиональную ответственность за её результаты.

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина Б1.0.21 «Основы компьютерной верстки и дизайна» реализуется в рамках обязательной части Блока I «Дисциплины (модули)» в 3 семестре у обучающихся очной формы обучения.

Для изучения дисциплины, необходимо освоение содержания следующих дисциплин ООП: «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Теория и практика медиакommunikаций».

Дисциплина является базой для изучения следующих дисциплин ОПОП: Организация и проведение коммуникационных кампаний», дальнейшего прохождения Учебной практики: Ознакомительной практики, Производственной практики: Технологической (проектно-технологической) практики, а также подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
<p><b>ОПК-1</b> Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p><b>Знания:</b> особенности медиатекстов и медиапродуктов, различных медиасегментов и платформ, и их отличительные черты, особенности норм русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем</p> <p><b>Умения:</b> подготавливать тексты 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,</p> <p><b>Навыки и (или) опыт профессиональной деятельности:</b> навыком грамотной подготовки и подачи 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,</p>	<p><b>ИОПК 1.2</b> 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</p>	
<p><b>ОПК-6</b> Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p><b>Знания:</b> необходимое техническое оборудование и программное обеспечение для осуществления профессиональной деятельности, технологию применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p><b>Умения:</b> отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение, применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p><b>Навыки и (или) опыт</b></p>	<p><b>ИОПК 6.1.</b> Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение</p> <p><b>ИОПК 6.2.</b> Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
	<b>профессиональной деятельности:</b> навыком отбора необходимого технического оборудования и программного обеспечения для осуществления профессиональной деятельности, навыком применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов		

#### 4. Структура дисциплины

Тема №1. Базовая типографическая терминология.

Тема №2. Общие сведения о допечатной подготовке.

Тема №3. Структура, построение, пропорции и форматы изданий.

Тема №4. Основные характеристики текстовой и графической информации издания.

Тема №5. Основные схемы верстки и дизайна

Тема №6. Использование типографических средств для задач создания фирменного стиля, упаковки и рекламы

Тема №7. Интонирование смысла текста средствами типографики (создание рекламного образа, с применением интонированного текста-слогана / рекламный плакат).

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 8 з.е. / 288 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: экзамен**



**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Физическая культура и спорт»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Целями освоения дисциплины (модуля) «Физическая культура и спорт»** является формирование практических навыков поддержания должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

**Задачи освоения дисциплины (модуля):**

- понимание социальной роли физической культуры в развитии личности и подготовке ее к профессиональной деятельности;
- знание научно-биологических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;
- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на ведение здорового образа жизни, физическое самосовершенствование и самовоспитание, потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями и спортом;
- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре;
- обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности, определяющей психофизическую готовность студента к профессиональной деятельности;
- составление индивидуальной комплексной программы коррекции здоровья
- воспитание внутренней потребности личности в здоровом образе жизни.

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина Б1.О.22 «Физическая культура и спорт» реализуется в рамках обязательной части. Блока I «Дисциплины (модули)» в 1-м семестре у обучающихся по очной форме обучения

**Для изучения дисциплины, необходимо освоение содержания** курса физической культуры по образовательным программам среднего общего образования.

**Дисциплина является базой для изучения следующих дисциплин ОПОП:**

Общая физическая подготовка, Аэробика, Физическая культура и спорт для лиц с ограниченными возможностями здоровья, Учебной практики: Ознакомительной практики.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	<p><b>Знать:</b> основные методы физического воспитания и укрепления здоровья</p> <p><b>Уметь:</b> регулярно следовать им в повседневной жизни, заботиться о своем здоровье и здоровье окружающих</p> <p><b>Владеть (иметь навыки):</b> навыками и средствами самостоятельного, методически правильного достижения должного уровня физической подготовленности</p>	ИУК-7.1. Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма и условий реализации профессиональной деятельности	

#### 4. Структура дисциплины

Тема 1. Основы физической культуры и здорового образа жизни

Тема 2. Физическая культура и спорт в профессиональной подготовке студентов

Тема 3. Физкультурно-спортивные виды деятельности как основы формирования мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, ведения здорового образа жизни

Тема 4. Игровые виды деятельности, их характеристика и особенности применения средств и методов для повышения физической подготовленности студентов

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е. / 72 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: зачет**

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Общая физическая подготовка»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Целями освоения дисциплины (модуля) «Общая физическая подготовка»** является формирование практических навыков поддержания должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

**Задачи освоения дисциплины (модуля):**

- воспитание у студентов высоких моральных, волевых и физических качеств, готовности к высокопроизводительному труду;
- сохранение и укрепление здоровья студентов, содействие правильному формированию и всестороннему развитию организма, поддержание высокой работоспособности на протяжении всего периода обучения;
- всесторонняя физическая подготовка студентов; профессионально-прикладная физическая подготовка студентов с учётом особенностей их будущей трудовой деятельности;
- приобретение студентами необходимых знаний по основам теории, методики и организации физического воспитания и спортивной тренировки;
- воспитание у студентов убеждённости в необходимости регулярно заниматься физической культурой и спортом
- воспитание внутренней потребности личности в здоровом образе жизни.

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина Б1.О.ДЭ.01.01 «Общая физическая подготовка» реализуется в рамках элективных дисциплин (модулей) обязательной части Блока I «Дисциплины (модули)» в 2,3,4,5,6,7-м семестрах у обучающихся по очной форме обучения.

**Для изучения дисциплины, необходимо освоение содержания следующих дисциплин ОПОП:** Физическая культура и спорт

**Дисциплина является базой для прохождения Учебной практики:** Ознакомительной практики.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез	<b>Знать:</b> основные методы физического воспитания и укрепления здоровья	ИУК-7.1 Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических	
	<b>Уметь:</b> регулярно следовать им в повседневной жизни, заботиться о		

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-7)	своём здоровье и здоровье окружающих <b>Владеть (иметь навыки):</b> навыками и средствами самостоятельного, методически правильного достижения должного уровня физической подготовленности	особенностей организма и условий реализации профессиональной деятельности	

#### 4. Структура дисциплины

Тема 1. Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов

Тема 2. Основы здорового образа жизни студента

Тема 3. Средства и методы физической культуры

Тема 4. Общая физическая и специальная подготовка в системе физического воспитания

Тема 5. Оздоровительная физическая культура

Тема 6. Физические качества человека

Тема 7. Формы физического воспитания

Тема 8. Физические качества и методика их развития

Тема 9. Лечебная физическая культура

Тема 10. Легкая атлетика

Тема 11. Подвижные игры

Тема 12. Волейбол

Тема 13. Атлетическая гимнастика

Тема 14. Закаливание

Тема 15. Олимпийские игры

Тема 16. Паралимпийские игры

Тема 17. Развитие физической культуры и спорта

Тема 18. Физическая и умственная деятельность, как неделимое целое

Тема 19. Исходные категории и методики физической культуры

Тема 20. Основы туризма

Тема 21. Психологические основы здорового образа жизни

Тема 22. Методы коррекции осанки и телосложения

Тема 23. Самомассаж

Тема 24. Общая физическая подготовка

Тема 25. Физическое здоровье человека

Тема 26. Развитие силовых возможностей

Тема 27. Оздоровительные тренировки

Тема 28. Виды физических нагрузок, и их интенсивность

Тема 29. Спорт. Индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений

Тема 30. Самоконтроль занимающихся физическими упражнениями и спортом

Тема 31. Баскетбол

Тема 32. Гимнастика

Тема 33. Восстановление работоспособности после тренировки

Тема 34. Гиподинамия и гипердинамия

Тема 35. Физическая культура в профессиональной деятельности бакалавра

Тема 36. Значение физической культуры и спорта в жизни человека.

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 328 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: зачет**

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Аэробика»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Целями освоения дисциплины (модуля) «Аэробика»** является формирование практических навыков поддержания должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

**Задачи освоения дисциплины (модуля):**

- воспитание у студентов высоких моральных, волевых и физических качеств, готовности к высокопроизводительному труду;
- сохранение и укрепление здоровья студентов, содействие правильному формированию и всестороннему развитию организма, поддержание высокой работоспособности на протяжении всего периода обучения;
- всесторонняя физическая подготовка студентов; профессионально-прикладная физическая подготовка студентов с учётом особенностей их будущей трудовой деятельности;
- приобретение студентами необходимых знаний по основам теории, методике и организации физического воспитания и спортивной тренировки;
- воспитание у студентов убеждённости в необходимости регулярно заниматься физической культурой и спортом
- воспитание внутренней потребности личности в здоровом образе жизни.

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина Б1.О.ДЭ.01.02 «Аэробика» реализуется в рамках элективных дисциплин (модуля) обязательной части. Блока I «Дисциплины (модули)» в 2,3,4,5,6,7-м семестрах у обучающихся по очной форме обучения

**Для изучения дисциплины, необходимо освоение содержания следующих дисциплин ОПОП:** Физическая культура и спорт

**Дисциплина является базой для прохождения Учебной практики:** Ознакомительной практики.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять	<b>Знать:</b> основные методы физического воспитания и укрепления здоровья	ИУК-7.1 Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических	
	<b>Уметь:</b> регулярно следовать им в повседневной жизни,		

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
системный подход для решения поставленных задач (УК-7)	заботиться о своем здоровье и здоровье окружающих	особенностей организма и условий реализации профессиональной деятельности	
	<b>Владеть (иметь навыки):</b> навыками и средствами самостоятельного, методически правильного достижения должного уровня физической подготовленности		

#### 4. Структура дисциплины

- Тема 1. Сущность, значение и развитие аэробики. Разновидности видов аэробики
- Тема 2. Теория тренировки, цель физической тренировки, восстановление, общие тренировочные принципы
- Тема 3. Типы травм, их профилактика и оказание первой помощи
- Тема 4. Методика составления и разучивания комбинаций.
- Тема 5. Функциональная анатомия
- Тема 6. Планирование тренировки
- Тема 7. Составление плана тренировки
- Тема 8. Базовая аэробика
- Тема 9. Силовая аэробика
- Тема 10. Танцевальная аэробика
- Тема 11. Стретчинг
- Тема 12. Методы оценки и коррекции осанки и телосложения.
- Тема 13. Методы самоконтроля состояния здоровья и физического развития (функциональные пробы)
- Тема 14. Методы самооценки специальной физической и спортивной подготовленности по избранному виду спорта
- Тема 15. Методика индивидуального подхода и применение средств физической культуры для направленного развития отдельных физических качеств
- Тема 16. Методики эффективных и экономичных способов овладения жизненно важными умениями и навыками (ходьба, передвижение на лыжах, плавание)
- Тема 17. Методики эффективных и экономичных способов овладения жизненно важными умениями и навыками (ходьба, передвижение на лыжах, плавание)
- Тема 18. Простейшие методики самооценки работоспособности, усталости, утомления и применения средств физической культуры для их направленной коррекции
- Тема 19. Методика составления индивидуальных программ физического самовоспитания и занятия с оздоровительной, рекреационной и восстановительной направленностью (медленный бег, плавание, прогулка на лыжах и т.д.)
- Тема 20. Методика корригирующей гимнастики для глаз.
- Тема 21 Методика составления и проведения простейших самостоятельных занятий физическими упражнениями гигиенической или тренировочной направленности
- Тема 22. Методы регулирования психоэмоционального состояния, применяемые при занятиях физической культурой и спортом
- Тема 23. Средства и методы мышечной релаксации в спорте.
- Тема 24. Методика самостоятельного освоения отдельных элементов профессионально-прикладной физической подготовки

Тема 25. Методика проведения производственной гимнастики с учетом заданных условий и характера труда

Тема 26. Питание и контроль массы тела при различной двигательной активности.

Тема 27. Методика определения профессионально значимых физических, психических и специальных качеств на основе профиограммы будущего бакалавра

Тема 28. Методика самоконтроля за уровнем развития профессионально значимых качеств и свойств личности.

Тема 29. Социально-биологические основы физической культуры

Тема 30. Психологические основы учебного труда

Тема 31. Общефизическая и специальная подготовка в системе физического воспитания

Тема 32. Основы методики организации судейства по аэробике

Тема 33. Музыкальное сопровождение практические способы регулирования интенсивности

Тема 34. Восточные виды единоборств в фитнесе

Тема 35. Правила использования спортивного инвентаря и оборудования, подготовки мест занятий

Тема 36. Значение гимнастических упражнений для развития координационных способностей

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 328 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: зачет**

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Физическая культура и спорт для лиц с ограниченными возможностями здоровья»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

Целями освоения дисциплины (модуля) «Физическая культура и спорт для лиц с ограниченными возможностями здоровья» является формирование практических навыков поддержания должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

**Задачи освоения дисциплины (модуля):**

- воспитание у студентов высоких моральных, волевых и физических качеств, готовности к высокопроизводительному труду;
- сохранение и укрепление здоровья студентов, содействие правильному формированию и всестороннему развитию организма, поддержание высокой работоспособности на протяжении всего периода обучения;
- всесторонняя физическая подготовка студентов; профессионально-прикладная физическая подготовка студентов с учётом особенностей их будущей трудовой деятельности;
- приобретение студентами необходимых знаний по основам теории, методики и организации физического воспитания и спортивной тренировки
- воспитание внутренней потребности личности в здоровом образе жизни.

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина Б1.О.ДЭ.01.03 «Физическая культура и спорт для лиц с ограниченными возможностями здоровья» реализуется в рамках элективных дисциплины (модулей) обязательной части. Блока I «Дисциплины (модули)» в 2,3,4,5,6,7-м семестрах у обучающихся по очной форме обучения.

Дисциплина является базой для прохождения Учебной практики: Ознакомительной практики.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения	<b>Знать:</b> основные методы физического воспитания и укрепления здоровья	ИУК-7.1 Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма и условий реализации	
	<b>Уметь:</b> регулярно следовать им в повседневной жизни, заботиться о своем здоровье и здоровье окружающих		
	<b>Владеть (иметь навыки):</b>		



Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
поставленных задач (УК-7)	навыками и средствами самостоятельного, методически правильного достижения должного уровня физической подготовленности	профессиональной деятельности	

#### 4. Структура дисциплины

- Тема 1. Введение. Адаптивная физическая культура для лиц с ОВЗ
- Тема 2. Нозологические группы
- Тема 3. История становления и развития АФК для лиц с нарушением ОДА
- Тема 4. История становления и развития АФК для лиц с нарушением зрения
- Тема 5. История становления и развития АФК для лиц с нарушением слуха
- Тема 6. История становления и развития АФК для лиц с нарушением интеллекта
- Тема 7. История Паралимпийских игр
- Тема 8. История Специального олимпийского движения
- Тема 9. Цели и задачи адаптивного спорта
- Тема 10. Адаптивная двигательная рекреация
- Тема 11. Адаптивная двигательная реабилитация
- Тема 12. Функции адаптивной физической культуры
- Тема 13. Задачи АФК
- Тема 14. Подвижные игры для лиц с ОВЗ
- Тема 15. Принципы АФК
- Тема 16. Принципы спортивно- медицинской классификации спортсменов-паралимпийцев
- Тема 17. Классификация видов адаптивного спорта
- Тема 18. Коррекционно-развивающее направление – одно из ведущих в адаптивной физической культуре для лиц с нарушением зрения
- Тема 19. Основы здорового образа жизни, укрепление здоровья, повышение уровня физического развития и функциональных возможностей организма занимающихся с нарушением зрения
- Тема 20. Требования техники безопасности на занятиях адаптивной физической культурой для лиц с нарушением зрения. Требования к оборудованию и инвентарю
- Тема 21. Классификация физических упражнений. Методика применения физических упражнений для лиц с нарушением зрения на занятиях адаптивной физической культурой
- Тема 22. Классификация физических упражнений. Методика применения физических упражнений для лиц с нарушением ОДА на занятиях адаптивной физической культурой
- Тема 23. Классификация физических упражнений. Методика применения физических упражнений для лиц с нарушением слуха на занятиях адаптивной физической культурой
- Тема 24. Классификация физических упражнений. Методика применения физических упражнений для лиц с нарушением интеллекта на занятиях адаптивной физической культурой
- Тема 25. Закаливание организма
- Тема 26. Влияние физических упражнений на органы и системы организма человека
- Тема 27. Травматизм и его предупреждение в процессе занятий физкультурой, оказание первой помощи
- Тема 28. Значение врачебного контроля при занятиях физической культурой
- Тема 29. Основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями
- Тема 30. Дыхательная гимнастика

Тема 31. Оздоровительная физическая культура

Тема 32. Физические качества человека

Тема 33. Физическая и умственная деятельность, как неделимое целое

Тема 34. Психологические основы здорового образа жизни

Тема 35. Оздоровительные тренировки

Тема 36. Самоконтроль занимающихся физическими упражнениями и спортом

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 328 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: зачет**

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Основы управления проектами»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Цель:** изучение технологических процедур при создании и реализации проектов в сфере коммуникаций, стимулирование креативных способностей.

**Задачи дисциплины:**

- продемонстрировать и объяснить алгоритм и методику создания коммуникативных проектов;
- обучить проведению мониторинга проектной деятельности с целью оперативной корректировки коммуникационного проекта и прогнозированию последствий его реализации

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина **Б1.Ф.01 Основы управления проектами** реализуется в рамках обязательной части Блока I «Дисциплины (модули)» в 3-м семестре у обучающихся в очной форме обучения.

Для освоения дисциплины «**Основы управления проектами**» студенты используют знания, умения, навыки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Теория и практика медиакоммуникаций», «Информационные технологии в профессиональной деятельности».

Дисциплина «**Основы управления проектами**» является базой для освоения дисциплины «Организация и проведение коммуникационных кампаний», дальнейшего прохождения Учебной практики: Ознакомительной практики, Производственной практики: Технологической (проектно-технологической) практики, а также подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	<b>Знать:</b> функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью <b>Уметь:</b> выполнять функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с	ИПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
	<p>общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью</p> <p><b>Владеть (иметь навыки):</b> навыком выполнения функционала линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью</p>		
<p><b>ПК-4</b> Способен принимать участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p><b>Знать:</b> типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью, основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью, методику и условия использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p> <p><b>Уметь:</b> реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p> <p><b>Владеть (иметь навыки):</b> навыком реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью, навыком подготовки основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью, навыком использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p>	<p>ИПК-4.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>ИПК-4.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p>ИПК-4.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p>	

#### **4. Структура дисциплины**

Тема 1. Управление проектами в рекламе и связях с общественностью

Тема 2. Цели и методы проектирования и управления проектами

Тема 3. Основные аспекты управления проектами.

Тема 4. Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью

Тема 5. Проектирование программ в рекламе и связях с общественностью.

Тема 6. Технология разработки креативного брифа

Тема 7. Планирование проекта

Тема 8. Принципы работы над проектом

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 6 з.е. / 216 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: экзамен**

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Организация и проведение коммуникационных компаний»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Цель:** освоение понятийного аппарата и основных положений базисных теорий комплексных организационных мероприятий.

**Задачи дисциплины:**

- дать представление о планировании и реализации коммуникационных кампаний в отечественной и зарубежной практике;
- дать характеристику коммуникационным компаниям, классификацию и типологию коммуникационных компаний;
- провести анализ исследовательских программ в рамках кампаний;
- продемонстрировать основные проблемы в планировании и реализации кампаний;
- обучить основным подходам и методам к оценке эффективности;
- сегментировать основные группы общественности и находить общие и специфические формы и методы работы с ними

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина **Б1.Ф.02 Организация и проведение коммуникационных компаний** реализуется в рамках обязательной части Блока I «Дисциплины (модули)» в 4-м семестре у обучающихся в очной форме обучения

Для освоения дисциплины «**Организация и проведение коммуникационных компаний**» студенты используют знания, умения, навыки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Основы управления проектами», «Теория и практика медиакommunikаций».

Дисциплина «**Организация и проведение коммуникационных компаний**» является базой для освоения дисциплины «Креативные технологии рекламы и PR», дальнейшего прохождения Производственной практики: Технологической (проектно-технологической) практики, а также подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	<b>Знать:</b> функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по	ИПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью	

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
	<p>рекламе и связям с общественностью, методы и технологии реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий, технологию создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, особенности внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации</p> <p><b>Уметь:</b> выполнять функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью, осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии, ориентироваться в сложностях создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, особенности внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации</p> <p><b>Владеть (иметь навыки):</b> навыком выполнения функционала линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью, навыком реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий, навыком создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, поддержки коммуникаций, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации</p>	<p>и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ИПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ИПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>	

#### **4. Структура дисциплины**

Тема 1. Введение в дисциплину

Тема 2. Подготовка коммуникационного планирования

Тема 3. Виды коммуникационных кампаний

Тема 4. Планирование и обоснование коммуникационных кампаний

Тема 5. Производство и размещение

Тема 6. Комплексные коммуникационные решения в кризисных ситуациях

Тема 7. Организационно-управленческая деятельность в области планирования и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 6 з.е. / 216 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: экзамен**



**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Цифровые коммуникации»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Цель:** ознакомление обучающихся со стратегиями и технологиями цифровых коммуникаций.

**Задачи дисциплины:**

- познакомить с основными понятиями в сфере цифровой коммуникации;
- дать знания о сети Интернет как основе развития цифровых коммуникаций;
- использовать стратегии цифровой коммуникации в соответствии с задачами профессиональной деятельности;
- развить навыки делового и межличностного общения в цифровой среде;
- познакомить с технологиями цифрового маркетинга; сформировать представление о правилах цифрового этикета.

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина **Б1.Ф.03 Цифровые коммуникации** реализуется в рамках обязательной части Блока I «Дисциплины (модули)» в 3 и 4 семестре у обучающихся в очной форме обучения

Для освоения дисциплины «**Цифровые коммуникации**» студенты используют знания, умения, навыки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Теория и практика медиакommunikаций».

Дисциплина «**Цифровые коммуникации**» является базой для освоения дисциплины «Массовые коммуникации и медиапланирование», дальнейшего прохождения Производственной практики: Технологической (проектно-технологической) практики, а также подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
ПК-3. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	<b>Знать:</b> систему маркетинговых коммуникаций, коммуникационные модели, каналы и инструменты коммуникаций, способы оценки результатов маркетинговых исследований; теорию и практику товарного маркетинга, конъюнктуру рынка, порядок ценообразования, системы управления качеством товара и	ИПК-3.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта ИПК-3.2. Принимает участие в организации	

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
	<p>сбытом, методику осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами</p> <p><b>Уметь:</b> провести анализ конкурентов и оценить конкурентоспособность компании; уметь проводить сегментация рынка и выбор целевых сегментов (исследование потребителей), организовать систему сбора необходимой информации, расширение внешних контактов в целях совершенствования маркетинговой деятельности, осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами</p> <p><b>Владеть (иметь навыки):</b> навыками стратегического прогнозирования, способами разработки маркетинговой стратегии, исследования внутренней и внешней среды; инструментами поиска конкурентных преимуществ и устойчивости, навыками организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта, навыком осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами</p>	<p>и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта</p> <p>ИПК-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами</p>	

#### 4. Структура дисциплины

- Тема 1. Введение в цифровые коммуникации
- Тема 2. Личные и массовые цифровые коммуникации
- Тема 3. Исследование аудитории цифровых коммуникаций
- Тема 4. Реклама и индивидуальные цифровые коммуникации
- Тема 5. Реклама и массовые цифровые коммуникации
- Тема 6. Интернет-сайты и страницы брендов
- Тема 7. Маркетинговые коммуникации в социальных сетях

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 6 з.е. / 216 ч.**

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

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Основы интегрированных коммуникаций»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Цель:** дать системное представление об интегрированных коммуникациях с различными субъектами с использованием оптимального количества коммуникационных каналов для усиления кумулятивного эффекта.

**Задачи дисциплины:**

- охарактеризовать принцип интеграции в коммуникативном процессе;
- дать представление об интегрированном комплексе коммуникаций с группами внутренней и внешней общественности;
- сформировать представление об инструментарии для проведения коммуникационных кампаний с учетом региональных и страновых медиасистем;
- сформировать системное понимание особенностей современных, интегрированных онлайн и офлайн коммуникаций.

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина **Б1.Ф.04 Основы интегрированных коммуникаций** реализуется в рамках обязательной части Блока I «Дисциплины (модули)» в 3,4 семестре у обучающихся в очной форме обучения

Для освоения дисциплины «**Основы интегрированных коммуникаций**» студенты используют знания, умения, навыки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Основы управления проектами», «Психология рекламы и связей с общественностью».

Дисциплина «**Основы интегрированных коммуникаций**» является базой для освоения дисциплины «Планирование рекламных и PR кампаний в бизнесе», дальнейшего прохождения Производственной практики: Технологической (проектно-технологической) практики, а также подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и	<b>Знать:</b> технологию и практику создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта <b>Уметь:</b> создавать тексты рекламы и связей с	<b>ИПК-2.1.</b> Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации  06.013 Специалист по

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
отечественного опыта	общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта <b>Владеть:</b> навыком создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта		информационным ресурсам
<b>ПК-3.</b> Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	<b>Знать:</b> методику осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами <b>Уметь:</b> осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами <b>Владеть:</b> навыком осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами	<b>ИПК-3.3.</b> Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	

#### 4. Структура дисциплины

- Тема 1. Коммуникативная деятельность организации
- Тема 2. Маркетинговые коммуникации. Интегрированные маркетинговые коммуникации
- Тема 3. Выбор и оценка эффективности воздействия различных каналов СМК
- Тема 4. Стратегия и тактика использования СМИ в интегрированных коммуникациях
- Тема 5. Рекламные коммуникации и связи с общественностью
- Тема 6. Методы, инструментарий и технологии интегрированных коммуникаций

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 6 з.е. / 216 ч.**

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

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Теория и практика связей с общественностью»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Цель:** освоение студентами основного понятийного аппарата связей с общественностью, ознакомление с основными подходами к PR-деятельности, усвоение основных технологий, методов и инструментов деятельности по связям с общественностью в современной онлайн и офлайн-среде.

**Задачи дисциплины:**

- дать системное представление о связях с общественностью как виде профессиональной деятельности в коммерческой, политической, социальной сфере и взаимодействии с органами государственной власти;
- сформировать понимание принципов профессиональной этики;
- ознакомить с основными зарубежными и отечественными теоретическими концепциями связей с общественностью;
- дать полное и системное представление о понятийном аппарате теории связей с общественностью;
- сформировать представление о принципах взаимодействия связей с общественностью со средствами массовой информации;
- дать представление о типах современной коммуникационной продукции связей с общественностью в онлайн и офлайн средах;
- обучить базовым алгоритмам деятельности по связям с общественностью, аналитическим и технологическим процедурам, используемым в деятельности по связям с общественностью;
- продемонстрировать деятельность по связям с общественностью на примере анализа классических и современных кейсов.

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина **Б1.Ф.05 Теория и практика связей с общественностью** реализуется в рамках обязательной части Блока I «Дисциплины (модули)» в 4-м семестре у обучающихся в очной форме обучения

Для освоения дисциплины «**Теория и практика связей с общественностью**» студенты используют знания, умения, навыки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Психология рекламы и связей с общественностью», «Теория и практика медиакоммуникаций».

Дисциплина «**Теория и практика связей с общественностью**» является базой для освоения дисциплины «Массовые коммуникации и медиапланирование», дальнейшего прохождения Производственной практики: проектно-технологической практики, а также подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
<b>ПК-2</b> Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	<b>Знать:</b> основные инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде <b>Уметь:</b> применять инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде <b>Владеть:</b> навыком применения сопроводительного документооборота, основных маркетинговых инструментов по продвижению коммуникационного продукта и взаимодействию с разными	ИПК-2.4 Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде	

#### 4. Структура дисциплины

Тема 1. Сущность и содержание PR.

Тема 2. Различие связей с общественностью с журналистикой, рекламой и маркетингом

Тема 3. История развития связей с общественностью

Тема 4. Правовые аспекты связей с общественностью

Тема 5. Коммуникация в PR-деятельности

Тема 6. Международные связи с общественностью

Тема 7. Основные этапы PR-деятельности. Стратегическое планирование в PR

Тема 8. Роль и функции служб связей с общественностью

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 7 з.е. / 252 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: экзамен**

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Креативные технологии рекламы и PR»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Цель:** формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки креативной части бизнес-проектов, разработки стратегий, маркетинговых коммуникаций, содержания конкретных рекламных сообщений и его творческого воплощения.

**Задачи дисциплины:**

- изучить общие понятия и термины креатива;
- изучить основные современные учения и теории креатива, применяемые в России и в мире;
- ознакомление с основными методами креатива;
- выработать креативные умения и навыки продвижения товаров и услуг;
- способности разрабатывать и использовать креативные технологии

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина **Б1.Ф.06 Креативные технологии рекламы и PR** реализуется в рамках обязательной части Блока I «Дисциплины (модули)» в 5-м семестре у обучающихся в очной форме обучения.

Для освоения дисциплины «**Креативные технологии рекламы и PR**» студенты используют знания, умения, навыки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Теория и практика рекламы», «Психология рекламы и связей с общественностью».

Дисциплина «**Креативные технологии рекламы и PR**» является базой для освоения дисциплины «Презентационные технологии», дальнейшего прохождения Производственной практики, Проектно-технологической практики, а также подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и	<b>Знать:</b> основные теории и концепции о рыночных возможностях; способы разработки бизнес-моделей с применением креативного мышления <b>Уметь:</b> проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; разрабатывать новые направления деятельности организаций и их продуктов	<b>ИПК-2.2.</b> Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового	

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
имеющегося мирового и отечественного опыта	<b>Владеть:</b> навыками применения креативных решений при разработке бизнес-моделей, концепций по созданию и развитию новых направлений деятельности, продуктов с учетом мирового и отечественного опыта		

#### 4. Структура дисциплины

Тема 1. Сущность понятия «креатив»

Тема 2. Организация процесса разработки креативных решений

Тема 3. Методика разработки креативных решений

Тема 4. Технология разработки креативных решений

Тема 5. Генерация креативных образов с помощью различных видов мышления

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 6 з.е. / 216 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: экзамен**



**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Массовые коммуникации и медиапланирование»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Цель:** Целью освоения дисциплины является изучение технологий медиапланирования и медиаисследований, а также формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки медиапланов и проведения медиаисследований.

**Задачи дисциплины:**

- обучение навыкам использования «законов медиа» и организации эффективной деятельности рекламных структур в современных условиях рынка и коммуникационных отношений.
- формирование навыков работы с данными измерения аудитории и другими информационными источниками медиапланирования.
- формирование представления о сущности и структуре основных документов медиапланирования.
- освоение приемов и принципов составления медиапланов и проведения медиаисследований.

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина **Б1.Ф.07 Массовые коммуникации и медиапланирование** реализуется в рамках обязательной части Блока I «Дисциплины (модули)» в 4-м и 5 семестрах у обучающихся в очной форме обучения.

Для освоения дисциплины «**Массовые коммуникации и медиапланирование**» студенты используют знания, умения, навыки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Основы управления проектами», «Организация и проведение коммуникационных кампаний», «Цифровые коммуникации», «Основы интегрированных коммуникаций», «Теория и практика связей с общественностью».

Дисциплина «**Массовые коммуникации и медиапланирование**» является базой для освоения дисциплины «Разработка и защита бизнес-проектов», «Презентационные технологии», «Социальные медиа», «Основы имиджелогии». Прохождения Производственной практики: Преддипломной практики, а также подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
ПК-1. Способен участвовать в реализации	<b>Знать:</b> теорию и практику тактического планирования	ИПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках	06.009 Специалист по продвижению и

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии <b>Уметь:</b> осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии <b>Владеть:</b> навыком тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	реализации коммуникационной стратегии	распространению продукции средств массовой информации  06.013 Специалист по информационным ресурсам

#### 4. Структура дисциплины

- Тема 1. Массовая коммуникация и ее элементы
- Тема 2. Ключевые теории и модели массовой коммуникации
- Тема 3. СМИ и массовые коммуникации
- Тема 4. Медиапланирование, его цели и задачи
- Тема 5. Основные этапы медиапланирования
- Тема 6. Медианосители, основные каналы размещения

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 7 з.е. / 252 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой, курсовой проект, экзамен**

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Маркетинг в рекламных проектах»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Цель:** через систему знаний о закономерностях и законах маркетинговой деятельности сформировать у будущих специалистов систему теоретических знаний и практических навыков в разработке коммуникационной кампании для рекламных проектов, о проблемах использовании новых подходов к достижению более высокого уровня результатов в бизнесе.

**Задачи дисциплины:**

- сформировать у студентов как будущих исполнителей исследований исходную теоретико-прикладную базу для дальнейшего развития исследовательских навыков;
- сформировать у студентов практические навыки и подходы к применению маркетинга, проведению качественных и количественных исследований и созданию маркетинговых программ;
- сформировать понимание специфики рынка рекламных проектов;
- овладение методами исследования потребителей рекламных проектов;
- овладение методами анализа конкурентной среды проектов;
- овладение инструментами разработки позиционирования бренда и его проекта;
- овладение навыками разработки коммуникационной кампании для проекта

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина **Б1.Ф.08 Маркетинг в рекламных проектах** реализуется в рамках обязательной части Блока I «Дисциплины (модули)» в 5-м семестре у обучающихся в очной форме обучения.

Для освоения дисциплины «**Маркетинг в рекламных проектах**» студенты используют знания, умения, навыки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Теория и практика связей с общественностью» «Основы управления проектами».

Дисциплина «**Маркетинг в рекламных проектах**» является базой для освоения дисциплины «Бренд-менеджмент», дальнейшего прохождения Производственной практики: Технологической (проектно-технологической) практики, а также подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
ПК-3. Способность применять основные технологии	<b>Знать:</b> основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта,	<b>ИПК-3.1.</b> Использует основные маркетинговые инструменты при планировании	

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	<p>способы оценки результатов маркетинговых исследований; теорию и практику товарного маркетинга, конъюнктуру рынка, порядок ценообразования, системы управления качеством товара и сбытом, основные этапы и методы исследования потребителей</p> <p><b>Уметь:</b> применять основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта, выполнять маркетинговые исследования, направленные на разработку и реализацию коммуникационного продукта, выявлять потребительскую мотивацию и процессы принятия решений; осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами</p> <p><b>Владеть:</b> навыком применения основных маркетинговых инструментов при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта, навыками организации и выполнения маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта, пониманием основных требований, предъявляемых современным бизнесом к исследованиям потребителей</p>	<p>производства и (или) реализации коммуникационного продукта</p> <p><b>ИПК-3.2.</b> Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта</p> <p><b>ИПК-3.3.</b> Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами</p>	

#### 4. Структура дисциплины

- Тема 1. Поведение потребителей и маркетинг
- Тема 2. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей
- Тема 3. Внутренние факторы поведения потребителей
- Тема 4. Разработка стратегии позиционирования
- Тема 5. Разработка коммуникационной кампании

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 5 з.е. / 108 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: экзамен**

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Бренд-менеджмент»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Целями освоения дисциплины (модуля) «Бренд-менеджмент»** - изучение принципов и технологий формирования брендов, понимание роли и предназначения брендов в коммерческой и некоммерческой деятельности, формирование у будущих специалистов социально-ответственной и профессионально-компетентной культуры управления активами торговой марки.

**Задачи освоения дисциплины (модуля):**

- приобретение концептуальных и методологических знаний о создании сильных брендов;
- усвоение навыков аналитической, креативной и инновационной деятельности при проектировании, продвижении и капитализации брендов, управлении брендингом в коммерческой и некоммерческой сфере;
- изучение новых технологий брендинга в практической деятельности бренд-менеджера

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина Б1.Ф.09 «Бренд-менеджмент» реализуется в рамках обязательной части. Блока I «Дисциплины (модули)» в 7-м семестре у обучающихся в очной форме обучения.

Для изучения дисциплины, необходимо освоение содержания следующих дисциплин ОПОП: Основы управления проектами, Организация и проведение коммуникационных кампаний.

Дисциплина является базой для изучения следующих дисциплин ОПОП: Прохождение Производственной практики: Преддипломной практики, а также подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
1	2	3	
ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	<b>Знать:</b> - технологии управления активами торговой марки\бренда; - функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации	<b>ИПК-1.1.</b> Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и	

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
1	2	3	
	<p>коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью</p> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять технологии управления активами торговой марки;</li> <li>- осуществлять руководство проектной деятельностью;</li> <li>- выполнять функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью</li> </ul> <p><b>Владеть (иметь навыки):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыком руководства проектной деятельностью;</li> <li>- навыком применения технологий управления активами торговой марки</li> </ul>	<p>(или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью</p>	
<p><b>ПК-3.</b> Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретико-методические основы формирования, развития брендов, разработки стратегий брендинга,</li> <li>- стратегические концепции и специфику разработки бизнес-планов проектов;</li> <li>- технологии расчета технико-экономического обоснования инновационных проектов</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать планы, программы и стратегии брендинга;</li> <li>- разрабатывать бизнес-планы проектов;</li> <li>- рассчитывать и составлять технико-экономические обоснования инновационных проектов;</li> <li>- учитывать особенности брендинга в разных отраслях и сферах деятельности, в инновационной деятельности при разработке стратегий брендинга</li> </ul> <p><b>Владеть (иметь навыки):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыком разработки планов и программ инновационной деятельности;</li> <li>- навыком применения методов и средств разработки бренда;</li> <li>- навыком учета специфики</li> </ul>	<p><b>ИПК-3.2.</b></p> <p>Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта</p>	

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
1	2	3	
	брендинга в разных отраслях и сферах деятельности при разработке стратегий брендинга.		

#### 4. Структура дисциплины

Тема 1. Основные понятия бренд-менеджмента

Тема 2. Айдентика и ребрендинг

Тема 3. Брендинг в различных сферах

Тема 4. Особенности работы бренд-менеджера

Тема 5. Брендинг и рекламные коммуникации

Тема 6. Продвижение бренда

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е. / 144 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: экзамен**

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Рекламные технологии и дизайн»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Цели дисциплины:**

- формирование творческого мышления, объединение знаний основных принципов создания рекламных образов, с последующим выполнением дизайна рекламной продукции;
- подготовка выпускника к художественной деятельности в области современного дизайна на основе методов и средств создания художественного образа; формирование способности проектировать рекламное обращение с использованием средств компьютерной графики, с последующим выполнением рекламного макета;
- подготовка выпускника к проектной деятельности в области создания художественных изделий с использованием средств проектной графики, компьютерного моделирования и методов выполнения дизайн-проектов;
- формирование навыков самостоятельного выполнения рекламной продукции; подготовка выпускников к самообучению и непрерывному профессиональному самосовершенствованию.

**Задачи дисциплины:**

- получить системное представление о языке изобразительной и других видов рекламы, то есть о ее алфавите, синтаксисе и грамматике;
- научиться оценивать рекламу, используя в качестве инструментария художественно-выразительные средства, с помощью определенной системы критериев – содержательных и формальных;
- научиться применять метод оценки рекламы на практике, то есть приобрести умение четко формулировать задание, контролировать его исполнение и профессионально оценивать результат
- воспитание профессиональной компетентной личности графического дизайнера, способной самостоятельно творчески решать профессиональные задачи, осознавать личностную и общественную значимость профессиональной деятельности и нести профессиональную ответственность за её результаты.

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина Б1.Ф.10 «Рекламные технологии и дизайн» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока I «Дисциплины (модули)» на 5 семестре у обучающихся очной формы обучения.

Для изучения дисциплины, необходимо освоение содержания следующих дисциплин ОПОП: «Теория и практика рекламы», «Психология рекламы и связей с общественностью», «Основы компьютерной вёрстки и дизайна».

Дисциплина является базой для изучения следующих дисциплин ОПОП: «Основы поисковой оптимизации и контекстной рекламы», «Социальные медиа», «Основы имеджеологии».

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:



Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
<p><b>ПК-2.</b> Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p><b>Знать:</b> технологию и практику создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта, информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p><b>Уметь:</b> создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта, создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта</p> <p><b>Владеть (иметь навыки):</b> навыком создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта, навыком создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта</p>	<p><b>ИПК 2.1.</b> Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p><b>ИПК 2.2.</b> Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта</p>	

#### 4. Структура дисциплины

Тема 1. Предмет и сущность, задачи и функции современной рекламы, ее место в системе маркетинговых коммуникаций. Эволюция рекламы. Реклама и искусство.

Тема 2. Маркетинговые коммуникационные технологии. Классификации рекламы.

Тема 3. Участники рекламной коммуникации.

Тема 4. Средства распространения рекламы. Специфика интернет-рекламы.

Тема 5. Дизайн в рекламе.

Тема 6. Основы разработки рекламных текстов. Креатив в рекламе.

Тема 7. Товарные знаки и фирменный стиль предприятия. Технология создания имиджа.

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 5 з.е. / 180 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: экзамен**

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Ивент-маркетинг»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Цель:** овладение студентами системой методологических и организационных действий, направленных на создание событий.

**Задачи дисциплины:**

- научить студентов критически оценивать проводимые ивенты, а также проводить оценку и оптимизацию процесса разработки ивентов;
- сформировать у студентов практические навыки и подходы к применению Ивент-маркетинга на практике;
- сформировать умение использования разных подходов к оценке эффективности ивентов.

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина **Б1.Ф.11 Ивент-маркетинг** реализуется в рамках обязательной части Блока I «Дисциплины (модули)» в 5-м семестре у обучающихся в очной форме обучения.

Для освоения дисциплины «Ивент-маркетинг» студенты используют знания, умения, навыки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Культурология», «Психология рекламы и связей с общественностью».

Дисциплина «Ивент-маркетинг» является базой для освоения дисциплины «Презентационные технологии», дальнейшего прохождения Производственной практики: Технологической (проектно-технологической) практики, а также подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
<b>ПК-2.</b> Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	<b>Знать:</b> методику создания основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании <b>Уметь:</b> создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании <b>Владеть:</b> навыками создания основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	<b>ИПК-2.3.</b> Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
<b>ПК-4.</b> Способен принимать участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	<b>Знать:</b> типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью <b>Уметь:</b> реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью <b>Владеть:</b> навыком реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	<b>ИПК-4.1.</b> Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	

#### 4. Структура дисциплины

- Тема 1. Предмет и содержание Ивент-маркетинга
- Тема 2. Современная концепция Ивент-маркетинга
- Тема 3. Ивент планирование и проектная группа
- Тема 4. Концепция мероприятия
- Тема 5. Продвижение мероприятия
- Тема 6. Деловые ивенты
- Тема 7. Праздничные ивенты
- Тема 8. Методология управления ивент-маркетингом

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 5 з.е. / 180 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: экзамен**

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Разработка и защита бизнес-проектов»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Цель:** формирование у будущих специалистов системы теоретических знаний и практических навыков технологии разработки и защиты бизнес-проектов.

**Задачи дисциплины:**

- получение системного представления о бизнес-проектировании;
- изучение основных требования к бизнес-проекту и его составным частям;
- выработка умения самостоятельного составления бизнес-проекта;
- выработка умения формулировать бизнес-идеи для конкретного бизнеса;
- овладение навыками разработки и защиты бизнес-проекта.

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина **Б1.Ф.12 Разработка и защита бизнес-проектов** реализуется в рамках обязательной части Блока I «Дисциплины (модули)» в 6-м семестре у обучающихся в очной форме обучения.

Для освоения дисциплины «**Разработка и защита бизнес-проектов**» студенты используют знания, умения, навыки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Основы управления проектами», «Массовые коммуникации и медиапланирование».

Дисциплина «**Разработка и защита бизнес-проектов**» является базой для освоения дисциплины «Социальные медиа», дальнейшего прохождения Производственной практики, Преддипломной практики, а также подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
ПК-4. Способен принимать участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	<b>Знать:</b> типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью, основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью <b>Уметь:</b> реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью, подготавливать основные документы по сопровождению проекта в сфере	<b>ИПК-4.1.</b> Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью <b>ИПК-4.2.</b> Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
	<p>рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p><b>Владеть:</b> навыком реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью, навыком подготовки основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p>		

#### 4. Структура дисциплины

Тема 1. Технологии выявления проблем и постановки целей для бизнес-проектов

Тема 2. Технологии анализа барьеров и ресурсов в реализации бизнес-проекта

Тема 3. Планирование и расчёт прогнозируемой эффективности бизнес-проекта

Тема 4. Технологии защиты бизнес-проекта

Тема 5. Разработка бизнес-проектов как проект и бизнес

Тема 6. Роли в проектной команде, ресурсы и планирование проекта по разработке бизнес-проекта

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 6 з.е. / 216 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: экзамен**

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Презентационные технологии»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Цели дисциплины:**

- дать фундаментальное представление о презентации, обосновать этапы ее создания;
- освоить конкретных компьютерных программ, позволяющих наглядно представить различные виды информации по профильной специальности теме;
- разработка самостоятельной презентации с использованием мультимедиа

**Задачи дисциплины:**

- разъяснить назначение и философию презентации;
- показать характерные черты и особенности мультимедийной презентации;
- научить создавать презентации для научных, учебных и досуговых целей.

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина Б1.Ф.13 «Презентационные технологии» реализуется в рамках части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока I «Дисциплины (модули)» на 6 семестре у обучающихся очной формы обучения.

Для изучения дисциплины, необходимо освоение содержания следующих дисциплин ООП: «Массовые коммуникации и медиапланирование», «Маркетинг в рекламных проектах», «Рекламные технологии и дизайн», «Ивент-маркетинг».

Дисциплина является базой для изучения следующих дисциплин ОПОП: «Социальные медиа», «Основы имиджелогии», прохождение Производственной практики: Преддипломной практики, а также подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
ПК-1	<p><b>Знать:</b> теорию и практику тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p><b>Уметь:</b> осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p><b>Владеть (иметь навыки):</b></p>	<p><b>ИПК-1.2.</b> Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p>	

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
	<p>навыком тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p>		
ПК-4	<p><b>Знать:</b> современные методы и средства разработки мультимедийных презентаций и анимации; основные принципы представления графической информации и создания анимированных изображений; основные программные продукты для подготовки инфографики и презентационных материалов; роль мотивации в презентационной деятельности, механизмы повышения внимания, рассматривать понимание как обязательный компонент когнитивного отклика аудитории; принципы рекламного воздействия на целевую аудиторию, сферы современной рекламы, апеллирующей к невербальному воздействию</p> <p><b>Уметь:</b> применять полученные знания при проектировании мультимедийных компонентов; готовить инфографику, слайд-доклады, презентационные и рекламные ролики в различных программных продуктах; оказывать информационное и эмоциональное воздействие на аудиторию</p> <p><b>Владеть (иметь навыки):</b> вопросами массовых коммуникационных процессов в современном информационном обществе, их роли, форм, семиотических, психологических особенностей; коммуникативными навыками в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной и научной деятельности; разработкой презентационных материалов в современных программных продуктах</p>	<p><b>ИПК 4.1.</b> Ведет подготовку эскизов, предварительных схем и чертежей, разработку оригинальных и нестандартных объемно-пространственных, художественных, стилевых, композиционных и цветовых решения для формирования концептуальной проектной идеи.</p> <p><b>ИПК 4.2.</b> Использует при разработке концепции наиболее рациональные варианты решений, связанные с утилитарными, художественно-конструкторскими и эстетическими требованиями, отобранными на этапе проектных изысканий.</p> <p><b>ИПК 4.3.</b> Применяет творческие, композиционные и художественно-технические методы и приемы для наиболее правильного визуального восприятия авторского замысла рекламных дизайн-проектов, с учетом использования необходимых профессиональных компьютерных программ.</p>	

#### **4. Структура дисциплины**

Тема № 1. Компьютерные презентационные технологии в профессиональной и учебной деятельности

Тема № 2. Создание мультимедийных презентаций с использованием стандартного офисного программного обеспечения

Тема № 3. Сетевые формы создания презентационных материалов и проведения презентаций

Тема № 4. Подготовка графических демонстрационных материалов

Тема № 5. Инфографика в презентации

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 6 з.е. / 216 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: экзамен**



**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Основы поисковой оптимизации и контекстной рекламы»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Цели:** ознакомление студентов с основами поисковой оптимизации (SEO-оптимизации), устройством поисковых систем, ранжированием сайтов в выдаче результатов поиска, приобретение теоретических знаний и практических навыков в создании и применении контекстной рекламы, влияние контекстной рекламы на SEO.

**Задачи:**

- овладение знаниями и навыками, необходимыми для постановки и практического решения задач по осуществлению комплекса мер с целью поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определенным запросам пользователей;
- обучение осуществлению анализа эффективности поисковой оптимизации;
- овладение навыком выбора позиции показа объявлений

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина Б1.Ф.14 «Основы поисковой оптимизации и контекстной рекламы» реализуется в рамках обязательной части. Блока I «Дисциплины (модули)» в 5-м семестре у обучающихся в очной форме обучения.

Для изучения дисциплины, необходимо освоение содержания следующих дисциплин ОПОП: «Основы управления проектами», «Организация и проведение коммуникационных кампаний», «Цифровые коммуникации», «Основы интегрированных коммуникаций».

Дисциплина является базой для изучения следующих дисциплин ОПОП: «Социальные медиа», «Основы имиджелогии», прохождения Производственной практики: Технологической (проектно-технологической) практики.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	<b>Знать:</b> инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде <b>Уметь:</b> применять инструменты трансляции миссии и философии организации целевым	ИПК-2.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
	<p>группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p> <p><b>Владеть (иметь навыки):</b> навыком применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p>		

#### 4. Структура дисциплины

Тема 1. Поисковые системы

Тема 2. Реклама на главной странице медиапортала и в тематических разделах

Тема 3. Контекстная реклама

Тема 4. Сеть системы контекстной рекламы

Тема 5. Поисковая оптимизация

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 5 з.е. / 180 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: экзамен**

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Социальные медиа»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Цели:** Формирование знаний о принципах функционирования социальных медиа в рекламе и навыков эффективного использования социальных медиа в профессиональной деятельности

**Задачи:**

- формирование базовых знаний о специфике социальных медиа как нового типа средств массовой информации и коммуникации;
- формирование основ практических умений организации работы с социальными медиа в рекламе;
- формирование навыков профессионального совершенствования в ходе изучения новых социальных сервисов и работы с ними

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина Б1.Ф.15 «Социальные медиа» реализуется в рамках обязательной части. Блока I «Дисциплины (модули)» в 2-м семестре у обучающихся в очной форме обучения

Для изучения дисциплины, необходимо освоение содержания следующих дисциплин ОПОП: История (история России, всеобщая история), Философия

Дисциплина является базой для изучения следующих дисциплин ОПОП: прохождение Учебной практики: Учебно-ознакомительной практики.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
<p><b>ПК-2</b> Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p><b>Знать:</b> инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p> <p><b>Уметь:</b> применять инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p> <p><b>Владеть (иметь навыки):</b> навыками применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым</p>	<p><b>ИПК-2.4.</b> Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p>	

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
	группам общественности в оффлайн и онлайн среде		

#### 4. Структура дисциплины

Тема 1. Интернет как коммуникационная среда

Тема 2. Понятие медиа как совокупности средств аудио- и визуальной коммуникации

Тема 3. Социальные сети

Тема 4. Сервисы социальных медиа

Тема 5. Краудсорсинг и использование социальных сетей для реализации проектов

Тема 6. Социальные объекты в Интернет

Тема 7. Медийная функция социальных сетей

Тема 8. Социальные медиа как ресурс рекламной и PR-деятельность

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е. / 72 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: зачет**

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Основы имиджелогии»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Цели:** формирование культуры успешной самореализации специалистов в различных сферах деятельности.

**Задачи:**

- приобщение студентов к основам имиджелогии как проектной деятельности;
- ознакомление студентов с инструментарием имиджелогии, формирование у них навыков использования имиджевых характеристик в различных сферах деятельности: экономической, социокультурной, политической, а также персонального имиджмейкинга;
- обучение студентов технологиям формирования имиджа и управления им.

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина Б1.Ф.16 «Основы имиджелогии» реализуется в рамках обязательной части. Блока I «Дисциплины (модули)» в 7-м семестре у обучающихся по очной форме обучения.

Для изучения дисциплины, необходимо освоение содержания следующих дисциплин ОПОП: «Рекламные технологии и дизайн», «Основы поисковой оптимизации и контекстной рекламы», «Социальные медиа».

Дисциплина является базой для изучения следующих дисциплин ОПОП: прохождение Производственной практики: Преддипломной практики, а также подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
<b>ПК-1.</b> Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	<b>Знать:</b> методы и технологии реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий, технологию создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, особенности внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой	<b>ИПК-1.2.</b> Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии <b>ИПК-1.3.</b> Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и	

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
	<p>информации</p> <p><b>Уметь:</b> осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии, ориентироваться в сложностях создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, особенности внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации</p> <p><b>Владеть (иметь навыки):</b> навыком реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий, навыком создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, поддержки коммуникаций, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации</p>	корпоративной культуры	
<p><b>ПК-4.</b> Способен принимать участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p><b>Знать:</b> методику и условия использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p> <p><b>Уметь:</b> использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p> <p><b>Владеть (иметь навыки):</b> навыком использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p>	<p><b>ИПК-4.3.</b> Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p>	

#### **4. Структура дисциплины**

Тема 1. Теоретические основы имиджелогии

Тема 2. Модели и технологии формирования имиджа

Тема 3. Формирование имиджа организации

Тема 4. Корпоративная культура организации

Тема 5. Формирование имиджа личности

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 9 з.е. / 324 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: экзамен**

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Брендинг в коммерческой сфере»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Целями освоения дисциплины (модуля) «Брендинг в коммерческой сфере» -** формирование у студентов системы знаний по общей теории и практике управления брендами с учетом исторических тенденций и современного развития.

**Задачи освоения дисциплины (модуля):**

- обучение навыкам исследования потребителей, процессам сегментации и выбора целевых сегментов;
- ознакомление с основными методами разработки атрибутов и ценностей бренда, с понятием позиционирования и дифференциации,
- формирование понятия жизненного цикла бренда, типами жизненного цикла бренда; системы оценки стадии жизненного цикла бренда, стратегиями омоложения брендов, с понятием ребрендинга

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина Б1.Ф.ДЭ.01.01 «Брендинг в коммерческой сфере» реализуется в рамках обязательной части. Блока I «Дисциплины (модули)» в 6-м семестре у обучающихся по очной форме обучения.

Для изучения дисциплины, необходимо освоение содержания следующих дисциплин ОПОП: «Разработка и защита бизнес-проектов», «Массовые коммуникации и медиапланирование», «Основы поисковой оптимизации и контекстной рекламы».

Дисциплина является базой для изучения следующих дисциплин ОПОП: прохождение Производственной практики: Преддипломной практики, а также подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	<b>Знать:</b> теорию и практику тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии <b>Уметь:</b> осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной	<b>ИПК-1.2.</b> Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	



Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
	стратегии <b>Владеть (иметь навыки):</b> навыком тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии		
<b>ПК-4.</b> Способен принимать участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	<b>Знать:</b> методику и условия использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта <b>Уметь:</b> использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта <b>Владеть (иметь навыки):</b> навыком использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	<b>ИПК-4.3.</b> Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	

#### 4. Структура дисциплины

- Тема 1. Построение бренд-коммуникаций
- Тема 2. Опыт мирового брендинга
- Тема 3. Рождение и развитие бренда
- Тема 4. Креатив
- Тема 5. Брендинговые стратегии
- Тема 6. Технология создания бренда в России

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е. / 108 ч.**

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

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Технологии производства рекламного продукта»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Целями освоения дисциплины (модуля) «Технологии производства рекламного продукта»** - формирование у студентов комплекса знаний, навыков и компетенций для осуществления профессиональной деятельности в сфере разработки концепции и производства рекламного продукта, фирменного стиля компании.

**Задачи освоения дисциплины (модуля):**

- сформировать у студентов представление о многогранности и креативности профессиональной деятельности по производству рекламного продукта;
- сформировать у студентов понимание значимости художественного творчества и искусства в рекламном сообщении;
- выработать аналитические способности в области оценки эффективности и художественной ценности рекламных продуктов;
- обучить основам проектирования фирменного стиля компании, разработки концепции и производства элементов рекламы.

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина Б1.Ф.ДЭ.01.02 «Технологии производства рекламного продукта» реализуется в рамках обязательной части. Блока I «Дисциплины (модули)» в 6-м семестре у обучающихся по очной форме обучения.

Для изучения дисциплины, необходимо освоение содержания следующих дисциплин ОПОП: «Разработка и защита бизнес-проектов», «Массовые коммуникации и медиапланирование», «Основы поисковой оптимизации и контекстной рекламы».

Дисциплина является базой для изучения следующих дисциплин ОПОП: прохождение Производственной практики: Преддипломной практики, а также подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	<b>Знать:</b> теорию и практику тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии <b>Уметь:</b> осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках	<b>ИПК-1.2.</b> Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
	реализации коммуникационной стратегии <b>Владеть (иметь навыки):</b> навыком тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии		
<b>ПК-4.</b> Способен принимать участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	<b>Знать:</b> методику и условия использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта <b>Уметь:</b> использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта <b>Владеть (иметь навыки):</b> навыком использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	<b>ИПК-4.3.</b> Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	

#### 4. Структура дисциплины

- Тема 1. Теория рекламы и особенности создания эффективного рекламного продукта
- Тема 2. Структурные компоненты рекламной продукции
- Тема 3. Творческое производство рекламного продукта
- Тема 4. Структура, организация, стиль рекламного сообщения
- Тема 5. Элементы корпоративного стиля
- Тема 6. Коммуникационные возможности и оценка эффективности рекламного продукта

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е. / 108 ч.**

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

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Организация рекламных компаний»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Целями освоения дисциплины (модуля) «Организация рекламных компаний»**  
- формирование у будущих специалистов теоретических знаний и практических навыков в области организации рекламных кампаний.

**Задачи освоения дисциплины (модуля):**

- сформировать знания теории функционирования современного рекламного рынка;
- дать представление о рекламной кампании как бизнес-процесса и об основных его этапах;
- сформировать знания о средствах массовых коммуникаций, специфике их функций и воздействии на аудиторию;
- сформировать умение определения и использования информационных каналов при проведении рекламной кампании.
- обучить способам построения, планирования и проведения рекламных кампаний.

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина Б1.Ф.ДЭ.02.01 «Организация рекламных компаний» реализуется в рамках обязательной части. Блока I «Дисциплины (модули)» в 7-м семестре у обучающихся по очной форме обучения.

Для изучения дисциплины, необходимо освоение содержания следующих дисциплин ОПОП: «Презентационные технологии», «Социальные медиа», «Маркетинг в рекламных проектах»

Дисциплина является базой для изучения следующих дисциплин ОПОП: прохождение Производственной практики: Преддипломной практики, а также подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	<b>Знать:</b> информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью <b>Уметь:</b> создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применять творческие	<b>ИПК-2.2.</b> Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
	<p>решения с учетом мирового и отечественного опыта</p> <p><b>Владеть (иметь навыки):</b> навыком создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта</p>		
<p><b>ПК-3.</b> Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p><b>Знать:</b> процесс и методику мониторинга обратной связи с разными целевыми группами</p> <p><b>Уметь:</b> осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами</p> <p><b>Владеть (иметь навыки):</b> навыком осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами</p>	<p><b>ИПК-3.3.</b> Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами</p>	
<p><b>ПК-4.</b> Способен принимать участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p><b>Знать:</b> типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью, основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью, методику и условия использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p> <p><b>Уметь:</b> реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p>	<p><b>ИПК-4.1.</b> Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p><b>ИПК-4.2.</b> Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p><b>ИПК-4.3.</b> Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p>	

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
	<b>Владеть (иметь навыки):</b> навыком реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью, навыком подготовки основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью, навыком использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта		

#### 4. Структура дисциплины

- Тема 1. Анализ ситуации на рынке
- Тема 2. Определение целей и стратегии рекламы
- Тема 3. Определение целевой аудитории
- Тема 4. Выбор средств и носителей
- Тема 5. Определение бюджета и инструментов рекламы
- Тема 6. Составление обращений
- Тема 7. Предварительные испытания
- Тема 8. Разработка системы контроля

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е. / 144 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: экзамен**

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Планирование рекламных и PR-компаний в бизнесе»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Целями освоения дисциплины (модуля) «Планирование рекламных и PR-компаний в бизнесе»** - сформировать целостное, законченное представление о сущности и содержании комплексной рекламной и PR-кампании, её задачах и функциях, о характере и особенностях осуществления рекламных кампаний и мероприятий на основе активного применения новейших PR-технологий, использования преимуществ комплексной рекламной и PR-кампании в процессе воздействия на целевую аудиторию.

**Задачи освоения дисциплины (модуля):**

- формирование у обучающихся научного представления о сущности и содержании комплексной рекламной и PR-кампании;
- раскрытие основных особенностей и главных этапов разработки комплексной рекламной и PR-кампании;
- ознакомление с практикой разработки и проведения комплексной рекламной и PR-кампании;
- выработка навыков анализа и оценки эффективности комплексной рекламной и PR-кампании.

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина Б1.Ф.ДЭ.02.02 «Планирование рекламных и PR-компаний в бизнесе» реализуется в рамках обязательной части. Блока I «Дисциплины (модули)» в 7-м семестре у обучающихся по очной форме обучения.

Для изучения дисциплины, необходимо освоение содержания следующих дисциплин ОПОП: «Презентационные технологии», «Социальные медиа», «Маркетинг в рекламных проектах»

Дисциплина является базой для изучения следующих дисциплин ОПОП: прохождение Производственной практики: Преддипломной практики, а также подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и	<b>Знать:</b> информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью <b>Уметь:</b> создавать информационные поводы	<b>ИПК-2.2.</b> Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом	

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
	<p>для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта</p> <p><b>Владеть (иметь навыки):</b> навыком создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта</p>	мирового	
<p><b>ПК-3.</b> Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p><b>Знать:</b> процесс и методику мониторинга обратной связи с разными целевыми группами</p> <p><b>Уметь:</b> осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами</p> <p><b>Владеть (иметь навыки):</b> навыком осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами</p>	<p><b>ИПК-3.3.</b> Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами</p>	
<p><b>ПК-4.</b> Способен принимать участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p><b>Знать:</b> типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью, основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью, методику и условия использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p> <p><b>Уметь:</b> реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью, использовать результаты исследований для</p>	<p><b>ИПК-4.1.</b> Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p><b>ИПК-4.2.</b> Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p><b>ИПК-4.3.</b> Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p>	



Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
	планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта <b>Владеть (иметь навыки):</b> навыком реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью, навыком подготовки основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью, навыком использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта		

#### 4. Структура дисциплины

Тема 1. Основы планирования в бизнесе

Тема 2. Основные принципы рекламной и PR – кампании

Тема 3. Исследования в рекламе и PR

Тема 4. Определение целей рекламной и PR-кампании

Тема 5. Особенности составления технического задания

Тема 6. Бюджетирование рекламной и PR-кампании в бизнесе

Тема 7. Конкуренция и конкурентные преимущества организации

Тема 8. Структура и последовательность разработки плана рекламной и PR-кампании

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е. / 144 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: экзамен**

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Основы копирайтинга»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Целями освоения дисциплины (модуля) «Основы копирайтинга»** - знакомство с концепциями рекламного и PR-текстов, их спецификой; выработка у обучаемых профессионального взгляда на современную рекламу и деятельность по связям с общественностью, который поможет им создавать профессиональные тексты, оценивать их эффективность.

**Задачи освоения дисциплины (модуля):**

- показать, каким образом рекламный и PR-тексты как форма социальной коммуникации становятся формирующим фактором социальной и общественной жизни;
- сформировать у обучаемых систему ориентирующих знаний в области разработки и технологии производства контента;
- сформировать навыки, необходимые для создания рекламного и PR-текстов.

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина Б1.Ф.ДЭ.03.01 «Основы копирайтинга» реализуется в рамках обязательной части. Блока I «Дисциплины (модули)» в 7-м семестре у обучающихся по очной форме обучения.

Для изучения дисциплины, необходимо освоение содержания следующих дисциплин ОПОП: История (история России, всеобщая история), Философия

Дисциплина является базой для изучения следующих дисциплин ОПОП: прохождение «Поведение потребителей», «Межкультурная система коммуникаций», Производственной практики: Преддипломной практики, а также подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	<b>Знать:</b> специфику каналов коммуникации <b>Уметь:</b> создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта <b>Владеть (иметь навыки):</b> навыком создания текстов рекламы и связей с	<b>ИПК-2.1.</b> Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
	общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта		

#### 4. Структура дисциплины

- Тема 1. Маркетинговый фундамент создания рекламного и PR-текстов
- Тема 2. Современные технологии копирайтинга
- Тема 3. Копирайтинг: характеристика деятельности
- Тема 4. Свойства рекламного и PR-текстов
- Тема 5. Вербальный ряд рекламного и PR-текстов
- Тема 6. Жанровая система-текстов публичных рилейшнз
- Тема 7. Структура рекламного текста
- Тема 8. Невербальный ряд рекламного и PR-текстов
- Тема 9. Этические аспекты профессии копирайтера

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 5 з.е. / 180 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: экзамен**

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Визуальные технологии в рекламе»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Целями освоения дисциплины (модуля) «Визуальные технологии в рекламе» -** обучение основным визуальным средствам рекламы и PR и психологии их восприятия, формирование у студентов практических навыков использования визуальных технологий в рекламной и PR-деятельности.

**Задачи освоения дисциплины (модуля):**

- обучение основным вербальным и визуальным средствам рекламы и PR и психологии их восприятия,
- формирование у студентов практических навыков использования вербальных и визуальных технологий в рекламной и PR-деятельности.

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина Б1.Ф.ДЭ.03.02 «Визуальные технологии в рекламе» реализуется в рамках обязательной части. Блока I «Дисциплины (модули)» в 7-м семестре у обучающихся по очной форме обучения.

Для изучения дисциплины, необходимо освоение содержания следующих дисциплин ОПОП: История (история России, всеобщая история), Философия

Дисциплина является базой для изучения следующих дисциплин ОПОП: прохождение «Поведение потребителей», «Межкультурная система коммуникаций», Производственной практики: Преддипломной практики, а также подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	<b>Знать:</b> технологию и практику создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта <b>Уметь:</b> создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	<b>ИПК-2.1.</b> Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
	<b>Владеть (иметь навыки):</b> навыком создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта		

#### 4. Структура дисциплины

Тема 1. Понятие о визуальной культуре

Тема 2. Взаимосвязь индивидуальности человека и дизайна рекламы

Тема 3. Универсальные законы восприятия композиции рекламы

Тема 4. Конструктивная структура рекламы

Тема 5. Печатная реклама и ее элементы

Тема 6. Полиграфическое воспроизведение цветных изображений

Тема 7. Особенности дизайна наружной рекламы

Тема 8. Современные рекламные материалы и технологии

Тема 9. Новые визуальные технологии в рекламе

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 5 з.е. / 180 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: экзамен**

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Поведение потребителей»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Целями освоения дисциплины (модуля) «Поведение потребителей»** - приобретение теоретических знаний и практических навыков по современным концепциям, подходам и методам управления поведением потребителей на рынке товаров, услуг, идей в условиях глобализации.

**Задачи освоения дисциплины (модуля):**

- рассмотреть внешних и внутренних факторов потребительского поведения;
- раскрыть возможности использования потребительского поведения в маркетинге для влияния на процесс принятия потребителем решения о покупке;
- изучить особенности поведения потребителей в условиях развития рыночных отношений и усиления конкуренции;
- изучить прогрессивные методы управления потребительским поведением.

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина Б1.Ф.ДЭ.04.01 «Поведение потребителей» реализуется в рамках обязательной части. Блока I «Дисциплины (модули)» в 7-м семестре у обучающихся по очной форме обучения.

Для изучения дисциплины, необходимо освоение содержания следующих дисциплин ОПОП: История (история России, всеобщая история), Философия

Дисциплина является базой для изучения следующих дисциплин ОПОП: прохождение Производственной практики: Преддипломной практики, а также подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
ПК-3. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	<p><b>Знать:</b> основные теоретические подходы к изучению личности потребителя и принципы влияния на его поведение, мониторинга обратной связи с разными целевыми группами</p> <p>-</p> <p><b>Уметь:</b> анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса</p>	ИПК-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
	<b>Владеть (иметь навыки):</b> методикой применения на практике принципов, методов и техники социально-психологического влияния на потребителя, соблюдая при этом этические и нравственные нормы общества		

#### 4. Структура дисциплины

Тема 1. Введение в дисциплину

Тема 2. Потребительское поведение

Тема 3. Новые товары и инновации

Тема 4. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей

Тема 5. Способы разрешения конфликта

Тема 6. Внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей

Тема 7. Процесс принятия решения

Тема 8. Ситуационные факторы в процессе принятия решения

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е. / 144 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: экзамен**

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Межкультурная система коммуникаций»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Целями освоения дисциплины (модуля) «Межкультурная система коммуникаций»** - формирование межкультурной компетентности, владения методами делового общения в интернациональной среде.

**Задачи освоения дисциплины (модуля):**

- изучение основных направлений/парадигм теории межкультурных коммуникаций, основных моделей, терминов, категориального аппарата;
- овладение навыками социокультурной и межкультурной коммуникации, обеспечивающими адекватность социальных и профессиональных контактов;
- овладение основами кросскультурных отношений при осуществлении профессиональной деятельности, способность эффективно выполнять свои функции в кросскультурной среде;
- овладение невербальными средствами общения (мимика, жесты);
- овладение правилами этикета, ритуалов, этическими и нравственными нормами поведения и сотрудничества, принятыми в иноязычных культурах, толерантностью и социальной мобильностью.

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина Б1.Ф.ДЭ.04.02 «Межкультурная система коммуникаций» реализуется в рамках обязательной части. Блока I «Дисциплины (модули)» в 7-м семестре у обучающихся по очной форме обучения.

Для изучения дисциплины, необходимо освоение содержания следующих дисциплин ОПОП: Основы поисковой оптимизации и контекстной рекламы, Разработка и защита бизнес-проектов, Маркетинг в рекламных проектах.

Дисциплина является базой для изучения следующих дисциплин ОПОП: прохождение Производственной практики: Преддипломной практики, а также подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
ПК-3. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного	<b>Знать:</b> основные теоретические подходы к изучению личности потребителя и принципы влияния на его поведение, мониторинга обратной связи с разными целевыми	<b>ИПК-3.3.</b> Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	



Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
продукта	группами <b>Уметь:</b> анализировать Межкультурная система коммуникаций экономических благ и формирование спроса <b>Владеть (иметь навыки):</b> методикой применения на практике принципов, методов и техники социально-психологического влияния на потребителя, соблюдая при этом этические и нравственные нормы общества		

#### 4. Структура дисциплины

Тема 1. Введение в дисциплину

Тема 2. Базовые понятия межкультурной коммуникации

Тема 3. Вербальные и невербальные каналы межкультурной коммуникации

Тема 4. Образы и имидж в межкультурной коммуникации

Тема 5. Стереотипы и предрассудки в межкультурной коммуникации

Тема 6. Проблемы и перспективы международного культурного сотрудничества

Тема 7. Двусторонние связи в международном культурном обмене

Тема 8. Реклама в контексте межкультурной коммуникации

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е. / 144 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: экзамен**

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Конфликтология»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Цель** освоения дисциплины - формирование у обучающихся УК-3 (Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде), представления о конфликтологической проблематике, ознакомить с психологическими теориями и подходами к изучению феноменологии конфликта, а также формирование навыков психологического анализа и управления конфликтами в различных сферах жизни и профессиональной деятельности.

**Задачи изучения дисциплины:**

- ознакомить студентов с основными понятиями и теориями конфликтологии; со спецификой отдельных видов конфликтов.
- учить студентов приемам, методам, способам выявления, измерения конфликтного взаимодействия, профилактики и урегулирования различных конфликтов;
- приобщить студентов к социальной среде с целью приобретения социально-личностных компетенций, необходимых для эффективного разрешения конфликта.

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина ФТД.01 «Конфликтология» реализуется в рамках блока «Факультативные дисциплины» во 2-м семестре у обучающихся в очной форме обучения

Для изучения дисциплины, необходимо освоение содержания следующих дисциплин ООП: «Русский язык и культура речи».

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3)	<b>Знать:</b> место конфликтологии в структуре подготовки управленческих кадров в сфере дизайна; базовые категории конфликтологии; типологию социальных конфликтов; основные причины социальных конфликтов в современной России; закономерности возникновения, развития и разрешения различных социальных конфликтов; факторы стрессоустойчивости в конфликте; модели поведения в конфликтных ситуациях; базовые технологии урегулирования конфликтов; основополагающие черты	ИУК-3.1. Определяет стратегию сотрудничества для достижения поставленной цели ИУК-3.2. Взаимодействует с другими членами команды для достижения поставленной задачи	-

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
	<p>конфликтологии как гуманитарной науки;</p> <p>основные этапы развития конфликтологии; сущность современной конфликтологической парадигмы; природу конфликта в современном обществе; конструктивные и деструктивные функции конфликта.</p> <p><b>Уметь:</b> предупреждать, регулировать и разрешать типичные конфликты; проводить диагностику конфликта для его оптимального разрешения; выявлять конфликт на латентной стадии его развития; определять степень конфликтогенности личности; применять адекватные конкретной конфликтной ситуации стили поведения; прогнозировать возникновение политических, юридических, этноконфессиональных, трудовых и межличностных конфликтов; применять технологии посредничества, арбитража, управления конфликтными ситуациями; выделять конструктивные функции в конфликте; применять новейшие достижения науки о конфликте в практической деятельности; выделять стадии протекания конфликта; давать развернутую и объективную характеристику конкретным конфликтным ситуациям.</p> <p><b>Владеть (иметь навыки):</b> навыками определения собственного стиля поведения в конфликтах; навыками предупреждения конфликтов в межличностном общении; методами психологической защиты в общении с конфликтными людьми; терминологией науки о конфликте; общенаучными и специальными методами исследования конфликтов; навыками классификации конфликтов; методами мониторинга конфликтных ситуаций; навыками выработки мер по разрешению конфликтов.</p>		

#### **4. Структура дисциплины**

Тема 1. Основные теоретические подходы конфликтологии

Тема 2. Конфликт: причины и уровни проявления

Тема 3. Типология конфликтов

Тема 4. Динамика конфликта

Тема 5 Конфликтное взаимодействие

Тема 6 Анализ конфликта

Тема 7 Разрешение конфликта: способы, условия, факторы

Тема 8. Профилактика конфликтов

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е. / 72 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: зачет**

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Коррупция: причины, проявление, противодействие»**  
**по направлению подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в бизнес-сфере»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Целями освоения дисциплины (модуля) «Коррупция: причины, проявление, противодействие»** является формирование у обучающихся необходимых знаний, умений и навыков в сфере противодействия коррупции.

**Задачи освоения дисциплины (модуля):**

1. Изучение понятия коррупции, ее социальных истоков, формирование у обучающихся чувства неприятия коррупции;
2. Знакомство с основами законодательства в сфере противодействия коррупции.
3. Выработка у обучающихся антикоррупционного типа поведения, развитие способности выявлять, давать оценку коррупционному поведению и содействовать его пресечению;
4. Развитие способности принимать участие в проведении юридической экспертизы проектов нормативных правовых актов, в том числе в целях выявления в них положений, способствующих созданию условий для проявления коррупции

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО**

Дисциплина ФТД.02 «Коррупция: причины, проявление, противодействие» реализуется в рамках факультативных дисциплин в 3 семестре у обучающихся в очной форме обучения.

Для изучения дисциплины, необходимо освоение содержания следующих дисциплин ОПОП: «История (история России, всеобщая история)», «Социология», «Основы нравственности и воспитания, в том числе организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально-ориентированными НКО».

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО**

В процессе изучения дисциплины обучающиеся формируют следующие компетенции и демонстрируют соответствующие им результаты обучения:

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению (УК-10)	<b>Знания:</b> правовые нормы о противодействии коррупционному поведению; причины и условия, способствующие коррупционному поведению	ИУК-10.1. Демонстрирует знание и правильность применения правовых норм о противодействии коррупционному поведению ИУК-10.2. Демонстрирует способность анализировать причины и условия, способствующие коррупционному поведению	-
	<b>Умения:</b> применять правовые нормы о противодействии коррупционному поведению; анализировать причины и условия, способствующие коррупционному поведению		

Описание и код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта) *для профессиональных компетенций
1	2	3	4
	<b>Навыки и (или) опыт профессиональной деятельности:</b> навыками применения правовых норм о противодействии коррупционному поведению; способностью анализировать причины и условия, способствующие коррупционному поведению		

#### 4. Структура дисциплины

Тема 1. Социальные истоки коррупции и ее опасность для общества, государства, прав и свобод граждан

Тема 2. Правовое регулирование противодействия коррупции

Тема 3. Противодействие коррупции в государственном и муниципальном управлении

Тема 4. Преодоление коррупционных рисков и юридическая ответственность за коррупционные правонарушения

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е. / 72 ч.**

**6. Форма промежуточной аттестации: зачет**