



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ**

**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**

АННОТАЦИЯ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН (МОДУЛЕЙ)

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

Направление подготовки
Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)
Современные социальные коммуникации

Очная, заочная форма обучения

Уровень профессионального образования
Высшее образование – бакалавриат

Год начала подготовки по основной профессиональной образовательной программе

2021

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель и задачи дисциплины (модуля) заключаются в получении обучающимися теоретических знаний об основах философии с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков по работе с оригинальными и адаптированными философскими текстами; развитию навыков критического восприятия и оценки источников информации, умении логично формулировать, излагать и отстаивать собственное видение проблем и способов их разрешения; овладении приемами ведения дискуссии, полемики, диалога.

Задачи дисциплины (модуля):

1. Формирование знаний об истории возникновения, развитии и современном состоянии философской проблематики; понимание ее методологической и мировоззренческой значимости для становления молодого специалиста, т.е. формирование философской культуры будущего специалиста на основе обширного исторического и современного материала, анализа постановки и решения вечных философских проблем человечества.
2. Формирование представления о специфике философии как способе познания и духовного освоения мира, об основных разделах современного философского знания, философских проблемах и методах их исследования.
3. Овладение базовыми принципами и приемами философского познания; введение студентов в круг философских проблем, связанных с областью будущей профессиональной деятельности.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы бакалавриата

Дисциплина (модуль) «Философия» реализуется в обязательной части основной профессиональной образовательной программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Изучение дисциплины (модуля) «Философия» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала учебной дисциплины «Обществознание».

Перечень последующих дисциплин (модулей), для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной: «Основы критического мышления и системного анализа», а также иные дисциплины общепрофессионального уровня.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных компетенций: способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1); способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5).

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Системное и критическое мышление	УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p>УК-1.1. Анализирует поставленную задачу через выделение ее базовых составляющих, осуществляет декомпозицию задачи.</p> <p>УК-1.2. Находит и критически оценивает информацию, необходимую для решения задачи.</p> <p>УК-1.3. Сопоставляет разные источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений.</p> <p>УК-1.4. Предлагает различные варианты решения задачи, оценивая их последствия.</p> <p>УК-1.5. Формулирует собственную гражданскую и мировоззренческую позицию с опорой на системный анализ философских взглядов и исторических закономерностей, процессов, явлений и событий.</p>	<p>Знать: мировоззренческие и методологические основы мышления; роль философии в формировании мировоззрения.</p> <p>Уметь: понимать характерные особенности современного этапа развития философии; применять философские принципы и законы, формы и методы познания в профессиональной деятельности.</p> <p>Владеть: навыками философского анализ различных типов мировоззрения.</p>

<p>Межкультурное взаимодействие</p>	<p>УК-5</p>	<p>Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p>УК-5.1. Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям.</p> <p>УК-5.2.Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп.</p> <p>УК-5.3. Проявляет в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира.</p> <p>УК-5.4. Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументированно обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личного</p>	<p>Знать: предмет философии, основные философские принципы, законы, категории, а также их содержание и взаимосвязи.</p> <p>Уметь: ориентироваться в системе философского знания как целостного представления об основах мироздания и перспективах развития планетарного социума.</p> <p>Владеть: навыками использования различных философских методов для анализа тенденций развития современного общества.</p>
-------------------------------------	--------------------	---	--	--

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) «История» заключается в получении обучающимися теоретических знаний об основных закономерностях и особенностях всемирно-исторического процесса, а также культурно-историческом своеобразии России, ее месте в мировой и европейской цивилизации с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков по формированию способности решать через средства научной информации исследовательские задачи.

Задачи дисциплины (модуля):

- дать знание о движущих силах и основных закономерностях исторического процесса, этапах исторического развития России и мира; а также месте человека в историческом процессе;
- формировать и развивать навыки исторической аналитики: способность на основе исторического анализа и проблемного подхода преобразовывать информацию в знание, осмысливать процессы, события и явления в России и мировом сообществе в их динамике и взаимосвязи, руководствуясь принципами научной объективности и историзма;
- формировать понимание многообразия культур и цивилизаций в их взаимодействии, многовариантности исторического процесса;
- развивать творческое мышление, самостоятельность суждений, умение логически мыслить, вести научные дискуссии; выработать навыки работы с учебной и научной литературой, а также с другими источниками информации.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы бакалавриата

Дисциплина (модуль) «История» реализуется в обязательной части основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) очной, очно-заочной, заочной форм обучения.

Изучение дисциплины (модуля) «История» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала учебной дисциплины «История» уровня среднего образования.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: УК-5 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавриата по направлению подготовки _____.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
межкультурное взаимодействие	УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<p>УК-5.1. Воспринимает Российскую Федерацию как национальное государство с исторически сложившимся разнообразным этническим и религиозным составом населения и региональной спецификой.</p>	<p><i>Знать:</i> основные проблемы и этапы развития российской истории в контексте мировой истории; ь главные направления философии в их историческом измерении, характеризующем межкультурное разнообразие общества</p>
			<p>УК-5.2. Анализирует социокультурные различия социальных групп, опираясь на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории, социокультурных традиций мира, основных философских, религиозных и этических</p>	<p><i>Уметь:</i> различать общие тенденции и закономерности исторического развития, выявлять причинно-следственные связи исторических событий; осуществлять анализ и содержательно объяснять исторические процессы и явления отечественной истории в контексте мирового исторического развития</p>
			<p>учений.</p> <p>УК-5.3. Демонстрирует уважительное</p>	<p><i>Владеть:</i> способностью к восприятию межкультурного разнообразия</p>

			отношение к историческому наследию и социокультурным традициям своего Отечества.	общества
--	--	--	--	----------

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля), изучаемой в 1 семестре, составляет 2зачетных единицы.

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель и задачи дисциплины (модуля) заключаются в получении обучающимися теоретических знаний об иностранном языке (английском) с последующим применением в профессиональной деятельности и практических навыков по использованию иностранного языка в социальной сфере.

Задачи дисциплины (модуля):

1. формирование представлений о нормах изучаемого языка в традиционной общелитературной области,
2. развитие умений устной и письменной коммуникации на иностранном языке в межличностном общении.
3. развитие коммуникативной компетенции и практических навыков иноязычного общения в рамках мооязычной онлайн среды, медиации, восприятия и порождения письменных текстов (академического письма);
4. знание лексических и грамматических единиц и их использования при порождении и восприятии иноязычных высказываний;
5. построение логичных высказываний (устных и письменных) в профессиональной коммуникации на базе восприятия и порождения самостоятельных текстов при чтении, письме и аудировании;
6. владение навыком преобразования иноязычных языковых форм в соответствии с медиацией в сфере профессиональной коммуникации.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы бакалавриата

Дисциплина (модуль) «Иностранный язык» реализуется в обязательной части основной профессиональной образовательной программы Реклама и связи с общественностью. Изучение дисциплины (модуля) базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения предмета «Иностранный язык» на уровне СО или СПО.

Перечень последующих дисциплин (модулей), для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной: все дисциплины.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся универсальной компетенции УК-4.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Коммуникация	УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1. Владеет системой норм русского литературного языка, родного языка и нормами иностранного языка.	<i>Знать:</i> основные правила коммуникации в устной и письменной форме на иностранном (английском) языке.
			УК-4.2. Выбирает на государственном и иностранном языках коммуникативно приемлемые стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами.	<i>Уметь:</i> обеспечить коммуникацию в письменной и устной форме на иностранном (английском) языке. <i>Владеть:</i> навыками устной и письменной коммуникации на иностранном (английском) языке.
			УК-4.3. Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном языке.	<i>Уметь:</i> осуществлять эффективную коммуникацию в мультикультурной профессиональной среде на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) на основе применения понятийного аппарата по профилю деятельности) <i>Владеть:</i> навыками эффективной коммуникации в мультикультурной профессиональной среде

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 1-2 семестрах на очной и очно-заочной формах, и на 1 курсе заочной формы обучения, составляет 5 зачетных единиц.

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель учебной дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о профессиональной культуре безопасности (ноксологической культуры), под которой понимается готовность и способность личности использовать в профессиональной деятельности приобретенную совокупность знаний, умений и навыков для обеспечения безопасности в сфере своей профессиональной деятельности; характера мышления и ценностных ориентаций, при которых вопросы безопасности рассматриваются в качестве приоритета; а также формирование у студентов представления о неразрывном единстве эффективной профессиональной деятельности с требованиями к безопасности и защищенности человека.

Изучением дисциплины достигается понимание того, что реализация требований безопасности жизнедеятельности гарантирует сохранение работоспособности и здоровья человека в различных жизненных условиях и готовит его к рациональным действиям при возникновении экстремальных ситуаций.

Задачи учебной дисциплины:

1. Приобретение понимания проблем устойчивого развития и рисков, связанных с деятельностью человека;
2. Овладение приемами рационализации жизнедеятельности, ориентированными на снижения антропогенного воздействия на природную среду и обеспечение безопасности личности и общества;
3. Формирование культуры безопасности, экологического сознания и риск-ориентированного мышления, при котором вопросы безопасности и сохранения окружающей среды рассматриваются в качестве важнейших приоритетов жизнедеятельности человека;
4. Формирование культуры профессиональной безопасности, способностей для идентификации опасности и оценивания рисков в сфере своей профессиональной деятельности;
5. Формирование готовности применения профессиональных знаний для минимизации негативных экологических последствий, обеспечения безопасности и улучшения условий труда в сфере своей профессиональной деятельности;
6. Приобретение мотивации и способностей для самостоятельного повышения уровня культуры безопасности;
7. Оценка вклада своей предметной области в решение экологических проблем и проблем безопасности;
8. Аргументированное обоснование своих решений с точки зрения безопасности;
9. Приобретение устойчивых навыков, необходимых для принятия быстрых и четких решений и выполнения действий, необходимых для предупреждения опасных последствий.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования- программы *бакалавриата*

Дисциплина (модуль) «Безопасность жизнедеятельности» реализуется в *обязательной части Б1.О.04, формируемой участниками образовательных отношений* части основной образовательной программы по направлению подготовки 20.03.01 «Техносферная безопасность» очной форме обучения.

Изучение дисциплины (модуля) «Безопасность жизнедеятельности» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного

материала ряда дисциплин (модулей): «Физика», «Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия», «Правоведение», «Социология», «Физическая культура».

Перечень последующих дисциплин (модулей), для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной (модулем): «Охрана труда»(Б1.О.12), «Безопасность труда»(Б1.В.04), «Промышленная безопасность»(Б1.В.07), «Химическая безопасность»(Б1.В.10), «Радиационная безопасность»(Б1.В.11), «Безопасность в чрезвычайных ситуациях» (Б1.В.12)и т.д.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриатасоотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных: УК-2, УК-8, ОПК-2, в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавриатапо направлению подготовки/ специальности 20.03.01 Техносферная безопасность

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Разработка и реализация проектов	УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Способен принимать участие в реализации конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.	Знать: нормативную базу в области безопасности жизнедеятельности; методы и способы решения конкретных задач в обеспечении комфортных условий жизнедеятельности и при возникновении чрезвычайных ситуаций.
			УК-2.2. Способен определять круг задач в рамках избранных видов профессиональной деятельности, планировать собственную деятельность исходя из имеющихся ресурсов; соотносить главное и второстепенное, решать поставленные задачи в рамках избранных видов профессиональной деятельности	Уметь: принимать конкретные решения для обеспечения безопасности в экологической, природно-техногенной и социальной сферах жизнедеятельности.
			УК-2.3. Ведет документацию и оформляет отчетность в рамках избранной профессиональной деятельности в соответствии с требованиями	Владеет: навыками оформления отчетности, обеспечения норм выдачи средств индивидуальной защиты, ведения графиков медицинских осмотров, составления

				реестров опасностей.
Безопасность жизнедеятельности	УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	УК-8.1. Использует требования, предъявляемые к безопасности условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций, и обеспечивает комфортные условия труда на рабочем месте.	УК-8.1 Знать: причины, признаки и последствия опасностей, способы защиты от чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов; основы безопасности жизнедеятельности, телефоны служб спасения
			УК-8.2. способен обеспечивать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций, и комфортные условия труда на рабочем месте; выявлять и устранять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте.	Уметь: выявлять признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов; оценивать вероятность возникновения потенциальной опасности для обучающегося и принимать меры по ее предупреждению в условиях образовательного учреждения; оказывать первую помощь в чрезвычайных ситуациях
			УК-8.3. Способен предотвращать возникновения чрезвычайных ситуаций (природного и техногенного происхождения) на рабочем месте и оказывать первую помощь пострадавшим.	Владеть: методами прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов; навыками поддержания безопасных условий жизнедеятельности
	ОПК-2	Способен обеспечивать безопасность человека и сохранение окружающей среды, основываясь на принципах культуры	ОПК-2.1. Способен использовать основные направления совершенствования и повышения эффективности защиты населения и его жизнеобеспечения при чрезвычайных ситуациях на основе принципов культуры безопасности и концепции	Знать: основные методы и способы защиты населения при чрезвычайных ситуациях на основе принципов культуры безопасности и концепции риск-ориентированного мышления

		<p>безопасности и концепции риск-ориентированного мышления;</p>	<p>риск-ориентированного мышления; передовой отечественный и зарубежный опыт в области защиты в чрезвычайных ситуациях.</p>	<p>Уметь: обеспечивать безопасность человека и сохранение окружающей среды, основываясь на принципах защиты здоровья и жизни человека, культуры безопасности и оценки профессиональных рисков.</p> <p>Владеть: методами и способами защиты населения при чрезвычайных ситуациях,</p>
			<p>ОПК-2.2. Способен анализировать современные системы «человек – машина – среда» на всех стадиях их жизненного цикла и идентифицировать опасности; грамотно и целенаправленно пропагандировать цели и задачи обеспечения безопасности человека и природной среды в техносфере; анализировать, выбирать наиболее приемлемые формы пропаганды обеспечения безопасности человека и природной среды в техносфере</p>	<p>знать: современные системы «человек – машина – среда» на всех стадиях их жизненного цикла</p> <p>Уметь: разрабатывать идентифицировать опасности и выбирать приемлемые меры обеспечения безопасности человека и окружающей среды в техносфере</p> <p>Владеть: методами и способами обеспечения безопасности человека при природных, техногенных, социальных опасностях</p>
			<p>ОПК-2.3. Способен использовать различные формы пропаганды среди населения государственной политики в области защиты населения и территорий в чрезвычайных ситуациях мирного и военного времени, проведения профилактической работы по предупреждению несчастных случаев среди граждан, находящихся в зонах потенциально опасных объектов; способностью оценки ситуации в совокупности с возможными рисками.</p>	<p>Знать: основные формы пропаганды среди населения государственной политики в области защиты населения и территорий в чрезвычайных ситуациях мирного и военного времени,</p> <p>Уметь: проводить профилактические работы предупреждению несчастных случаев среди граждан, находящихся в зонах потенциально опасных объектов</p> <p>Владеть: методами прогноза социально-экономических последствий при развитии негативных событий, оказывающих влияние на экологическую</p>

				обстановку, используя практический опыт
--	--	--	--	--

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля), изучаемой в 1 семестре, составляет 2 зачетные единицы

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (Блок 1 модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний о средствах, методах и организационных формах физической культуры, позволяющие выпускнику методически обоснованно и целенаправленно использовать их при организации деятельности по удовлетворению особых образовательных потребностей различных групп населения, направленных на повышение уровня их социальной адаптации и реабилитации, обеспечения здорового образа жизни.

Задачи дисциплины (модуля):

1. формировать личную физическую культуру студента;
2. развивать знания о роли физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека;
3. формировать готовность применять спортивные и оздоровительные технологии для достижения высокого уровня физического здоровья и поддержания его в процессе обучения, и дальнейшей профессиональной деятельности.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы бакалавриата

Дисциплина (модуль) «Физическая культура и спорт (модуль)» реализуется в обязательной части основной образовательной программы по направлению подготовки «49.03.01 Физическая культура» очной и заочной формам обучения.

Изучение дисциплины (Блок 1 модуля) «Физическая культура и спорт (Блок 1 модуль)» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин (Блок 1 модулей): «История (Блок 1 модуль)», «Философия (Блок 1 модуль)».

Перечень последующих дисциплин (Блок 1 модулей), для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной (Блок 1 модуля):

- История физической культуры и спорта
- Проектная деятельность

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: УК-7, в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавриата по направлению подготовки 49.03.01 Физическая культура.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения

<p>Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)</p>	<p>УК-7.</p>	<p>Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p>	<p>УК - 7.2. самостоятельно оценивать уровень физической подготовленности; - планировать отдельные занятия и циклы занятий по физической культуре оздоровительной направленности с учетом особенностей профессиональной деятельности; - проводить занятия по общей физической подготовке; - определять и учитывать величину нагрузки на занятиях; - соблюдать правила техники безопасности при выполнении упражнений; - пользоваться спортивным инвентарем, оборудованием и контрольно-измерительными приборами и обнаруживать их неисправности.</p>	<p>Знать: - значение физической культуры как фактора развития человеческого капитала, основной составляющей здорового образа жизни; - основные показатели физического развития, функциональной подготовленности и работоспособности и влияние физических упражнений на данные показатели; - основы организации здорового образа жизни; - требования профессиональной деятельности в области физической культуры и спорта к уровню физической подготовленности работников; - правила безопасности при проведении занятий по физической культуре и спорту; - методики обучения технике двигательных действий и развития физических качеств средствами базовых видов спорта и ИВС; - основы планирования и проведения занятий по физической культуре; - основы контроля и самооценки уровня физической подготовленности по результатам тестирования. - правила эксплуатации контрольно-измерительных приборов и инвентаря. Уметь: - самостоятельно оценивать уровень физической подготовленности; - планировать отдельные занятия и циклы занятий по физической культуре оздоровительной направленности с учетом особенностей профессиональной деятельности; -</p>
--	--------------	---	--	--

				<p>проводить занятия по общей физической подготовке; - определять и учитывать величину нагрузки на занятиях; - соблюдать правила техники безопасности при выполнении упражнений; - пользоваться спортивным инвентарем, оборудованием и контрольно-измерительными приборами и обнаруживать их неисправности.</p> <p>Владеть опытом: - проведения с обучающимися теоретических занятий и бесед о пользе, значении физической культуры и спорта, основах здорового образа жизни, о важности физической подготовки к систематическим занятиям и использовании средств физической культуры и спорта для оптимизации двигательного режима; - планирования и проведения занятий по обучению технике базовых видов спорта; - планирования и проведения учебно-тренировочных занятий по ИВС по обучению технике выполнения упражнений, развитию физических качеств и воспитанию личности; - владения техникой основных двигательных действий базовых видов спорта и ИВС на уровне выполнения контрольных нормативов; - самоконтроля и анализа своего физического состояния, физической подготовленности.</p>
--	--	--	--	---

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля), изучаемой в 1 семестре, составляет 2 зачетные единицы.

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний об организации физкультурно-спортивной деятельности и подготовка их к разносторонней профессиональной деятельности сферы физической культуры и спорта.

Задачи дисциплины (модуля):

1. обеспечить усвоение знаний в области организации физкультурно-спортивной работы, средств, методов, форм организации работы с различными возрастными группами, опираясь на закономерности и особенности развития каждой возрастной группы;
2. обеспечить формирование навыков определения цели и задач, планирования, проведения, анализа и оценки физкультурно-спортивных занятий с различными возрастными группами населения;
3. формировать устойчивый интерес к работе с различными возрастными группами населения в сфере физической культуры и спорта.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования- программы бакалавриата

Дисциплина (модуль) «*Элективные дисциплины по физической культуре и спорту (модуля)*» реализуется в *обязательной* части основной образовательной программы по направлению подготовки «49.03.01 Физическая культура» очной формы обучения.

Изучение дисциплины (Блок 1 модуля) «*Элективные дисциплины по физической культуре и спорту (Блок 1 модуль)*» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин (Блок 1 модулей): «*История (Блок 1 модуль)*», «*Философия (Блок 1 модуль)*».

Перечень последующих дисциплин (Блок 1 модулей), для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной (модулей):

- *Технологии спортивной тренировки в игровых видах спорта*
- *Проектная деятельность*

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: УК-7, ОПК-7, в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавриата по направлению подготовки 49.03.01 Физическая культура.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-7.	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК - 7.2. самостоятельно оценивать уровень физической подготовленности; - планировать отдельные занятия и циклы занятий по физической культуре оздоровительной направленности с учетом особенностей профессиональной деятельности; - проводить занятия по общей физической подготовке; - определять и учитывать величину нагрузки на занятиях; - соблюдать правила техники безопасности при выполнении упражнений; - пользоваться спортивным инвентарем, оборудованием и контрольно-измерительными приборами и обнаруживать их неисправности.	Знать: - значение физической культуры как фактора развития человеческого капитала, основной составляющей здорового образа жизни; - основные показатели физического развития, функциональной подготовленности и работоспособности и влияние физических упражнений на данные показатели; - основы организации здорового образа жизни; - требования профессиональной деятельности в области физической культуры и спорта к уровню физической подготовленности работников; - правила безопасности при проведении занятий по физической культуре и спорту; - методики обучения технике двигательных действий и развития физических качеств средствами базовых видов спорта и ИВС; - основы планирования и проведения занятий по физической культуре; - основы контроля и самооценки уровня физической подготовленности по результатам тестирования. - правила эксплуатации контрольно-измерительных приборов и инвентаря. Уметь: - самостоятельно оценивать уровень физической подготовленности; - планировать отдельные занятия и циклы занятий по физической

			<p>культуре оздоровительной направленности с учетом особенностей профессиональной деятельности; - проводить занятия по общей физической подготовке; - определять и учитывать величину нагрузки на занятиях; - соблюдать правила техники безопасности при выполнении упражнений; - пользоваться спортивным инвентарем, оборудованием и контрольно-измерительными приборами и обнаруживать их неисправности.</p> <p>Владеть опытом: - проведения с обучающимися теоретических занятий и бесед о пользе, значении физической культуры и спорта, основах здорового образа жизни, о важности физической подготовки к систематическим занятиям и использовании средств физической культуры и спорта для оптимизации двигательного режима; - планирования и проведения занятий по обучению технике базовых видов спорта; - планирования и проведения учебно-тренировочных занятий по ИВС по обучению технике выполнения упражнений, развитию физических качеств и воспитанию личности; - владения техникой основных двигательных действий базовых видов спорта и ИВС на уровне выполнения контрольных</p>
--	--	--	--

				<p>нормативов; - самоконтроля и анализа своего физического состояния, физической подготовленности.</p>
Обеспечение безопасности	ОПК – 7.	Способен обеспечивать соблюдение техники безопасности, профилактику травматизма, оказывать первую доврачебную помощь	ОПК-7.2. обеспечивать технику безопасности на занятиях с учётом гигиенических норм; - оценивать санитарно-гигиеническое состояние спортивного зала; -проводить мероприятия по санитарно-просветительной работе в спортивных коллективах; - распознавать признаки неотложных состояний и травматических повреждений; - оказывать первую помощь при возникновении неотложных состояний и травматических повреждениях; - распознавать заболевания различных органов и систем по наиболее типичным признакам с целью предотвращения развития острых патологических состояний, а также обеспечения своевременного обращения за медицинской помощью; - осуществлять контроль отсутствия медицинских противопоказаний к занятиям физической культурой и спортом; -	Знать: - санитарно-гигиенические требования к проведению занятий физкультурой и спортом, а также в процессе тренировок, при подготовке к соревнованиям и в восстановительном периоде; - нормативную документацию по гигиене в физкультурно-спортивной деятельности; - факторы микроклимата в спортивных сооружениях, их нормативы и способы достижения благоприятных микроклиматических условий; - приборы для измерения основных параметров микроклимата (термометры, психрометры и др.) - санитарно-гигиенические требования к питьевой воде и воде плавательных бассейнов, инфекционных и неинфекционных заболеваний, связанных с водным фактором; - основы личной гигиены, гигиены спортивной одежды и обуви; - основные методы профилактики пищевых отравлений в спортивных коллективах; - факторы и причины травматизма, заболеваний, функциональных нарушений в процессе учебной и спортивной деятельности; - этиологию и признаки травматических повреждений и

			<p>разъяснять в простой и доступной форме правила техники безопасности при выполнении упражнений, при использовании спортивного инвентаря; - вести разъяснительную беседу по профилактике и соблюдении техники безопасности при выполнении упражнений; - поддерживать дисциплину во время тренировочных занятий; - выявлять неисправности спортивных объектов и инвентаря; - организовывать группу занимающихся в зависимости от поставленных задач для безопасного выполнения упражнений на занятиях по гимнастике, легкой атлетике, плаванию, подвижным и спортивным играм, лыжной подготовке; - выявлять угрозы степени опасности внешних и внутренних факторов и организовывать безопасное пространство для занимающихся, оперативно реагировать на нештатные ситуации и применять верные алгоритмы действий для устранения или снижения</p>	<p>неотложных состояний организма; - противопоказания и ограничения к выполнению физических упражнений, которые являются потенциально опасными для здоровья детей; - основы оказания первой помощи при неотложных состояниях, и травматических повреждениях, основы сердечно-легочной реанимации; - внешние признаки утомления и переутомления занимающихся; - правила безопасности при проведении физкультурно-спортивного праздника, соревнования, дня здоровья и других мероприятий оздоровительного характера; - санитарно-гигиенические требования к занятиям гимнастикой, легкой атлетикой, плаванием, подвижными и спортивными играми, лыжным спортом, правила обеспечения безопасности и профилактики травматизма; - приемы помощи и страховки при проведении занятий по физической культуре с использованием средств гимнастики, легкой атлетки, плавания, подвижных и спортивных игр, лыжного спорта; - требования к экипировке, спортивному инвентарю и оборудованию на занятиях и соревнованиях по гимнастике, легкой атлетике, плаванию, подвижным и спортивным играм, лыжной подготовке; -</p>
--	--	--	--	--

			<p>опасности.</p>	<p>особенности занятий гимнастикой, легкой атлетикой, плаванием, подвижными и спортивными играми, лыжным спортом с учащимися различных медицинских групп; - специфику проведения тренировочных занятий, а также требования к технике безопасности в условиях тренировочных занятий и соревнований по ИВС.</p> <p>Уметь: - обеспечивать технику безопасности на занятиях с учётом гигиенических норм; - оценивать санитарно-гигиеническое состояние спортивного зала; -проводить мероприятия по санитарно-просветительной работе в спортивных коллективах; - распознавать признаки неотложных состояний и травматических повреждений; - оказывать первую помощь при возникновении неотложных состояний и травматических повреждениях; - распознавать заболевания различных органов и систем по наиболее типичным признакам с целью предотвращения развития острых патологических состояний, а также обеспечения своевременного обращения за медицинской помощью; - осуществлять контроль отсутствия медицинских противопоказаний к занятиям физической культурой и спортом; - разъяснять в простой и доступной форме</p>
--	--	--	-------------------	---

				<p>правила техники безопасности при выполнении упражнений, при использовании спортивного инвентаря;</p> <p>- вести разъяснительную беседу по профилактике и соблюдении техники безопасности при выполнении упражнений;</p> <p>- поддерживать дисциплину во время тренировочных занятий; - выявлять неисправности спортивных объектов и инвентаря;</p> <p>- организовывать группу занимающихся в зависимости от поставленных задач для безопасного выполнения упражнений на занятиях по гимнастике, легкой атлетике, плаванию, подвижным и спортивным играм, лыжной подготовке;</p> <p>- выявлять угрозы степени опасности внешних и внутренних факторов и организовывать безопасное пространство для занимающихся, оперативно реагировать на нештатные ситуации и применять верные алгоритмы действий для устранения или снижения опасности.</p> <p>Владеть: - использованием специальной аппаратуры и инвентаря; - оказывать первую помощь при неотложных состояниях и травматических повреждениях;</p> <p>- проведением бесед и инструктажа с занимающимися о правилах поведения в помещении</p>
--	--	--	--	--

				<p>спортивного сооружения, на его территории и выполнения этих правил; - проведением инструктажа по технике безопасности на занятиях физической культурой и спортом - составлением плана профилактических мероприятий по возникновению и распространению инфекционных заболеваний, травм и патологических состояний; - обеспечением безопасности при проведении учебно-тренировочного занятия по гимнастике, легкой атлетике, плаванию, подвижным и спортивным играм, лыжной подготовке; - обеспечением безопасности при проведении учебно-тренировочного занятия; - обеспечением безопасности проведения учебных и дополнительных занятий: профилактики травматизма, исправности оборудования и инвентаря, соблюдения санитарно-гигиенических норм в условиях образовательной и физкультурно-спортивной организации; - обеспечением безопасности проведения массовых физкультурно-спортивных и оздоровительных мероприятий; - ознакомлением педагогических работников и родителей (законных представителей) несовершеннолетних обучающихся с правилами охраны</p>
--	--	--	--	--

				жизни и здоровья обучающихся.
--	--	--	--	-------------------------------

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося
Общая трудоемкость дисциплины (модуля), изучаемой в 1-6 семестрах, составляет 0 зачетных единиц.

1.1 Цель и задачи учебной дисциплины

Цель дисциплины заключается в усвоении обучающимися первичных коммуникативных и управленческих навыков в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков; в получении обучающимися теоретических знаний о природе самоорганизации и содержании ее технологий, а также психологических особенностей выстраивания эффективных взаимодействий и формирования стремления к саморазвитию с последующим применением в профессиональной деятельности; знаний об эффективной личной и деловой коммуникации с последующим применением в профессиональной сфере и формировании практических навыков по организации эффективного взаимодействия с клиентами, партнерами, коллегами в процессе профессиональной деятельности; теоретических знаний, практических умений и навыков в области управления проектами с последующим применением их в профессиональной деятельности; в усвоении обучающимися теоретических знаний о становлении и развитии социальной позиции в профессиональной деятельности с последующим применением в профессиональной сфере и формировании практических навыков волонтерства, вожатства, наставничества, социального предпринимательства.

Задачи дисциплины:

Приобретение умений эффективной самоорганизации и самоуправления в учебной деятельности;

Приобретение умений эффективной самоорганизации и самоуправления в учебной деятельности;

Развитие навыков тайм-менеджмента и целеполагания;

Формирование мотивации к самоконтролю и самоорганизации в учебной и профессиональной деятельности;

Усвоение знаний о природе смысложизненной навигации, содержании ее технологий, а также особенностей их применения в практической деятельности.

Способствовать формированию у студентов умения моделировать собственное время в контексте эффективного принятия решений. и саморазвитию, соответствующих умений и навыков, помогающих развиваться в профессиональной деятельности.

Создать теоретико-практические условия для формирования и развития умений выстраивать методiku личной стрессоустойчивости, креативных подходов к приоритетным целям и задачам.

Развитие теоретических знаний и практических навыков в сферах волонтерства, вожатства, наставничества, социального предпринимательства.

Мотивация обучающихся к самостоятельному и инициативному применению полученных в ходе освоения дисциплины знаний и практических умений в профессиональной деятельности.

Способствовать формированию у обучающихся проектного мышления и развитию первичных умений в области управления проектами и процессами их реализации;

Содействовать самостоятельной работе обучающихся в области управления проектами, которая позволит им отработать практические навыки проектирования жизненной траектории и управления проектами в научной сфере.

Мотивация студентов к самостоятельному и инициативному применению полученных в ходе освоения дисциплины знаний и практических умений в профессиональной деятельности.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия» реализуется в базовой части основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, заочной форме обучения.

Изучение дисциплины «Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала учебных дисциплин «Русский язык и культура речи», «История», «Иностранный язык»

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной «Практикум по созданию визуальной продукции», «Коммуникативное проектирование: практикум» и т.п..

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной образовательной программы

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных компетенций: УК-1, УК-3, УК-4, УК-6 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1	Способен осуществлять поиск, критический	УК.1.1. Выбирает источники информации, адекватные поставленным задачам и соответствующие научному мировоззрению

		анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p>УК.1.2. Демонстрирует умение рассматривать различные точки зрения на поставленную задачу в рамках научного мировоззрения и определять рациональные идеи</p> <p>УК.1.3. Выявляет степень доказательности различных точек зрения на поставленную задачу в рамках научного мировоззрения</p>
Командная работа и лидерство	УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК.3.1. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде.
			УК.3.2. Способен устанавливать разные виды коммуникации (учебную, деловую, неформальную и др.)
			УК-3.3. Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, в презентации результатов работы команды
			УК-3.4. Понимает результаты личных действий и планирует последовательность шагов для достижения заданного результата
Коммуникация	УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (-ых) языке (-ах)	УК-4.1 Выбирает на государственном и иностранном (-ых) языках коммуникативно приемлемые стили делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами
			УК-4.2 Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения различных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках
			УК-4.3 Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (-ых) языках

			УК-4.4 Умеет коммуникативно и культурно приемлемо вести устные деловые разговоры на государственном и иностранном (-ых) языках
			УК-4.5 Демонстрирует умение выполнять перевод академических текстов с иностранного (-ых) на государственный язык
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1 Применяет знание о своих ресурсах и их пределах (личностных, психофизиологических, ситуативных, временных и т.д.) для успешного выполнения порученной работы
			УК-6.2 Понимает важность планирования перспективных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда
			УК-6.3 Реализует намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда
			УК-6.4 Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата
			УК-6.5 Демонстрирует интерес к учебе и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой по очной и заочной форме обучения – в 1,2 семестре составляет 4 зачетных единицы

1.1. Цель и задачи дисциплины.

Цель дисциплины (модуля) «Правоведение» заключается получение обучающимися теоретических знаний о правовых явлениях с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков (формирование) по обеспечению способности использовать основы правовых знаний в проектной и производственно-прикладной сферах деятельности, а также выработка умений использовать нормативные правовые документы в своей деятельности.

Задачи дисциплины (модуля):

1. усвоение комплекса общетеоретических знаний о государственно-правовых явлениях;
2. формирование умения правильно толковать и применять общетеоретические знания для последующей практической деятельности;
3. научиться определять и проследивать взаимосвязь основных категорий, отражающих особые свойства государства и права;
4. обучение навыкам практического применения нормативно-правовых актов в различных сферах жизнедеятельности, в том числе в профессиональной деятельности.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина (модуль) «Правоведение» реализуется в обязательной части основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) «Маркетинговые коммуникации»** очной, очно-заочной, заочной, заочной с применением ДОТ формам обучения.

Изучение дисциплины (модуля) «Правоведение» базируется на знаниях и умениях, имеющихся у обучающихся и полученных ими ранее в ходе освоения программного материала основной образовательной программы среднего общего образования.

Перечень последующих дисциплин (модулей), для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной (модулем):

- «Правовые аспекты коммуникации»;
- «Медиаменеджмент и организация деятельности медиа»;
- «Журналистское расследование»;
- «Социальная журналистика и гражданское общество».

1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций.

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных компетенций: способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1); способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2); способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению (УК-10) в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавриата по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) «Маркетинговые коммуникации»**.

В результате освоения дисциплины (модуля) студент должен демонстрировать следующие результаты образования:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Результаты обучения
Универсальная	УК-1	способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p>Знать:</p> <p>основные элементы правовой системы Российской Федерации, основные отрасли права</p> <p>Уметь:</p> <p>ориентироваться в системе законодательства Российской Федерации</p> <p>Владеть:</p> <p>навыками поиска информации правового характера и ее использования в профессиональной деятельности</p>
Универсальная	УК-2	способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	<p>Знать:</p> <p>систему органов государственной власти и управления; систему права в Российской Федерации; характеристику основных отраслей права российской правовой системы; содержание правового регулирования общественных отношений</p> <p>Уметь:</p> <p>Руководствоваться требованиями нормативных правовых актов при осуществлении профессиональной деятельности</p> <p>Владеть:</p> <p>навыками правовой оценки событий, сопровождающих профессиональную деятельность; навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей</p>

			профессиональной деятельности
Универсальная	УК-10	способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	<p>Знать:</p> <p>основные положения законодательства в сфере противодействия коррупции</p> <p>Уметь:</p> <p>производить оценку собственного поведения с позиций выполнения требований антикоррупционного законодательства</p> <p>Владеть:</p> <p>навыками выполнения требований антикоррупционного законодательства</p>

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1. Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных единицы.

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о закономерностях функционирования экономики с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков (формирование) в сфере финансов и экономики.

Задачи дисциплины (модуля):

1. Развить способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;
2. Сформировать способность собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов
3. Развить способность на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы бакалавриата

Дисциплина «Экономика» реализуется в обязательной части основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью очной, и заочной **формам** обучения.

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной- «Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков», «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности», «Преддипломная практика».

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций.

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных компетенций: УК-1; УК-2; УК-9

, соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Системное и критическое мышление	УК-1	Способен осуществлять	УК-1.1. Осуществляет поиск,	Знать: принципы сбора, отбора и обобщения

		поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	критический анализ и синтез информации УК-1.2 Применяет системный подход для решения поставленных задач УК-1.3 Обработывает различные информационные источники	информации . Уметь: соотносить разнородные явления и систематизировать их в рамках избранных видов профессиональной деятельности . Владеть: практическим опытом работы с информационными и источниками, опыт научного поиска, создания научных текстов
Разработка и реализация проектов	УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК2.1 Анализирует этапы и принципы разработки и реализации правовых норм в сфере коммуникации УК2.2 принимает результативное участие в действиях в сфере коммуникации с учетом правовых норм, ресурсов и ограничений УК2.3 Владеет навыками анализа ситуации в профессиональной сфере с позиции соблюдения правовых норм	Знать: этапы и принципы разработки и реализации правовых норм в сфере коммуникации Уметь: принимать результативное участие в действиях в сфере коммуникации с учетом правовых норм, ресурсов и ограничений Владеть: навыками анализа ситуации в профессиональной сфере с позиции соблюдения правовых норм
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности и	УК-9.1. Принимает обоснованные экономические решения УК-9.2. Анализирует различные области жизнедеятельности с точки зрения	<i>Знать: принципы принятия экономических решений</i> <i>Уметь: анализировать экономическую повестку</i> <i>Владеть: навыками</i>

			экономических решений	<i>использования полученных результатов анализа экономической ситуации</i>
--	--	--	--------------------------	--

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой во 1 семестре, составляет 2 зачетные единицы.

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель учебной дисциплины заключается в формировании у студентов профессиональных компетенций, связанных с использованием информационных технологий, глобальных компьютерных сетей, программных средств для обработки и управлением информацией, формировании практических навыков работы с информацией с использованием современного программного обеспечения с последующим применением в профессиональной сфере для решения прикладных задач.

Задачи учебной дисциплины:

1. Овладение навыками применения компьютерных технологий создания и обработки текстовых документов профессионального качества.
2. Формирование умений и получение навыков работы с табличным процессором.
3. Овладение навыками создания компьютерных презентаций.
4. Усвоение студентами знаний о современных методах, способах и средствах получения, хранения, переработки информации различных объемов и типов, в том числе в глобальных компьютерных сетях.
5. Приобретение практических навыков применения современных информационных технологий в профессиональной деятельности.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы бакалаврита

Дисциплина (модуль) «*Информатика и основы информационно-коммуникационных технологий*» реализуется в обязательной части основной образовательной программы по направлению подготовки «*09.03.02 Информационные системы и технологии*» очной формы обучения.

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной: «*Программирование*», «*Проектирование и администрирование информационных систем*», «*Интеграция информационных систем*».

1.3 Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций.

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных компетенций: УК-1; УК-4; ОПК-2; ОПК-3 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавриата по направлению подготовки «*09.03.02 Информационные системы и технологии*».

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Универсальная компетенция	УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p>УК-1.ИД-1. Сформирован понятийный аппарат и теоретическая основа для выполнения практических действий в рамках компетенции</p> <p>УК-1.ИД-2. Планирует и выполняет практические действия в рамках компетенции</p> <p>УК-1.ИД-3. Применяет методы анализа практической деятельности и ее результатов в рамках компетенции</p>	<p>Знать: принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач</p> <p>Уметь: анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности</p> <p>Владеть: навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; методами принятия решений</p>

<p>Универсальная компетенция</p>	<p>УК-4</p>	<p>Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>УК-4.ИД-1. Сформирован понятийный аппарат и теоретическая основа для выполнения практических действий в рамках компетенции</p> <p>УК-4.ИД-2. Планирует и выполняет практические действия в рамках компетенции</p> <p>УК-4.ИД-3. Применяет методы анализа практической деятельности и ее результатов в рамках компетенции</p>	<p>Знать: принципы построения устного и письменного высказывания, требования к деловой устной и письменной коммуникации</p> <p>Уметь: применять на практике коммуникативные технологии, методы и способы делового общения.</p> <p>Владеть: методикой составления суждения в межличностном деловом общении</p>
<p>Общепрофессиональная компетенция</p>	<p>ОПК-2</p>	<p>Способен использовать современные информационные технологии и программные средства, в том числе отечественного производства, при решении задач профессиональной деятельности;</p>	<p>ОПК-2.ИД-1. Сформирован понятийный аппарат и теоретическая основа для выполнения практических действий в рамках компетенции</p> <p>ОПК-2.ИД-2. Планирует и выполняет практические действия в рамках компетенции</p> <p>ОПК-2.ИД-3. Применяет методы анализа</p>	<p>Знать: современные информационные технологии и программные средства, в том числе отечественного производства при решении задач профессиональной деятельности</p> <p>Уметь: выбирать современные информационные технологии и программные средства, в том числе отечественного производства при решении задач профессиональной</p>

			<p>практической деятельности и ее результатов в рамках компетенции</p>	<p>деятельности</p> <p>Владеть: методами применения современных информационных технологий и программных средств, в том числе отечественного производства, при решении задач профессиональной деятельности</p>
<p>Общепрофессиональная компетенция</p>	<p>ОПК-3</p>	<p>Способен решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;</p>	<p>ОПК-3.ИД-1. Сформирован понятийный аппарат и теоретическая основа для выполнения практических действий в рамках компетенции</p> <p>ОПК-3.ИД-2. Планирует и выполняет практические действия в рамках компетенции</p> <p>ОПК-3.ИД-3. Применяет методы анализа практической деятельности и ее результатов в рамках компетенции</p>	<p>Знать: принципы, методы и средства решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</p> <p>Уметь: решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных</p>

				<p>требований информационной безопасности</p> <p>Владеть:</p> <p>методикой подготовки и обзоров, аннотаций, составления рефератов, научных докладов, публикаций и библиографии по научно-исследовательской работе с учетом требований информационной безопасности</p>
--	--	--	--	--

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 1 семестре, составляет 4 зачетные единицы.

1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля).

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний о социологии с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков (формирование) по социологии, развитию навыков самоорганизации и самообразования, толерантного восприятия социальных процессов и явлений.

Задачи дисциплины (модуля):

1. Усвоить знания о социологии (в сферах социально-технологической, организационно-управленческой деятельности); концепции основных социологических парадигм и теорий; структуре социологии; социологическом подходе к изучению общества, его структурных образований; принципах комплексного применения методического аппарата и технологиях социологического исследования при анализе собственной профессиональной деятельности; основных понятиях социологии, источниках социальных проблем и возможных путях их разрешения;

2. Развить навыки самоорганизации, самообразования, дисциплины.

3. Научить осуществлять системный социологический подход к анализу общества, социальных явлений и процессов; выявлять массовые закономерности; составлять программу социологических исследований, применять конкретные социологические методы в профессиональной деятельности исследователя социума;

4. Формировать представления о содержании, особенностях дисциплины «социология»

5. Углубить представления о работе с людьми в сфере социологии;

6. Овладеть навыками формирования программы социологического исследования в предметном поле изучения социума, организации сбора и анализа социологических данных в специализированных исследованиях;

7. Обучить навыкам толерантного взаимодействия с различными группами и слоями населения, в трудовых коллективах, а также при возникновении проблемных и критических ситуаций на разных уровнях управления социальными процессами; комплексного использования теоретических и методических знаний для социологического анализа конкретных проблем и ситуаций профессиональной деятельности.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина (модуль) «**Социология**» реализуется в **обязательной части** основной профессиональной образовательной программы – программы подготовки бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» **очной, заочной и заочной с применением дистанционных образовательных технологий формах обучения.**

Изучение дисциплины (модуля) «**Социология**» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда учебных дисциплин: «Правоведение», «История».

Изучение дисциплины (модуля) **«Социология»** является базовым для последующего освоения программного материала учебных дисциплин: «Психотехнологии коммуникативного менеджмента», все виды практики.

Дисциплина (модуль)**«Социология»** реализуется в **обязательной части** основной профессиональной образовательной программы- Б1.0.10.

1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных и общепрофессиональных **компетенций**(УК-1, ОПК-2, ОПК-3):

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

Способен описывать социальные процессы на основе анализа и обобщения профессиональной информации, научных теорий, концепций и актуальных подходов (ОПК-2);

Способен составлять и оформлять отчеты по результатам профессиональной деятельности в сфере социальной работы (ОПК-3)

в соответствии с основной профессиональной образовательной программой – программой подготовки бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Системное и критическое мышление	УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие	Знать: основы целеполагания и основные социологические методы Уметь: увязать цели и задачи с конкретным социологическим методом Владеть: самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных
			УК-1.2. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи	
			УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения, поставленной задачи по различным типам запросов	
			УК-1.4. При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует	

			<p>собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения</p>	<p>исследований в различных областях социологии и решать их с помощью современных исследовательских методов</p>
			<p>УК-1.5. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки</p>	
<p>Анализ и оценка профессиональной информации</p>	<p>ОПК-2</p>	<p>Способен описывать социальные процессы на основе анализа и обобщения профессиональной информации, научных теорий, концепций и актуальных подходов</p>	<p>ОПК-2.1. Анализирует и обобщает профессиональную информацию на теоретико-методологическом уровне;</p>	<p>Знать: основы целеполагания и основные социологические методы</p> <p>Уметь: увязать цели и задачи с конкретным социологическим методом</p> <p>Владеть: самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в различных областях социологии и решать их с помощью современных исследовательских методов</p>
			<p>ОПК. 2.2. Описывает социальные явления и процессы на основе комплексной информации</p>	
<p>Представление результатов профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-3</p>	<p>Способен составлять и оформлять отчеты по результатам профессиональной деятельности в сфере социальной работы</p>	<p>ОПК- 3.1 Систематизирует результаты профессиональной деятельности в сфере социальной работы в форме отчетов;</p>	<p>Знать: основы целеполагания и основные социологические методы</p> <p>Уметь: увязать цели и задачи с конкретным социологическим методом</p> <p>Владеть: самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи</p>
			<p>ОПК- 3.2. Представляет результаты научной и практической деятельности в форме публичных выступлений и/или публикаций.</p>	

				научных исследований в различных областях социологии и решать их с помощью современных исследовательских методов
--	--	--	--	--

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ(МОДУЛЯ)

2.1. Объем дисциплины (модуля), включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля), изучаемой в 1 семестре по очной форме обучения составляет 2 зачетные единицы.

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися практических знаний, умений и навыков в сфере коммуникативного менеджмента, рекламы и связей с общественностью, а также в сфере проектной деятельности – в диапазоне от общего знакомства с практикой коммуникаций (1 семестр) до осуществления крупных, реальных проектов в содружестве и по заказу работодателей (7 семестр). Дисциплина предполагает знакомство со всем спектром медиа с последующим применением полученных знаний на практике, в условиях индивидуальной и командной работы.

Задачи дисциплины:

Практическое освоение методов проектной деятельности

Практическая систематизация знаний о деятельности в сфере коммуникации и в процессе производства медиапродукта;

формирование базового навыка работы во сферах коммуникации при подготовке медиапродукта;

освоение в на базовом уровне всех основных направлений профессионального развития;

выработка у бакалавров умений и навыков эффективного взаимодействия в команде, определяющих высокий уровень коммуникативной компетентности в сферах профессионально ориентированной коммуникации.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы бакалавриата

Дисциплина «Проектная деятельность» реализуется в обязательной части в общепрофессиональном коммуникативном блоке основной образовательной программы по направлению подготовки «42.03.01 Реклама и связи с общественностью» очной и заочной форм обучения.

Изучение дисциплины «Проектная деятельность» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин: «Введение в коммуникативные специальности», «Человек в коммуникативном пространстве», «Философия», «Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия», «Профессиональные творческие мастерские»

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной «Коммуникативное проектирование», «Теория и практика журналистики», «Коммуникативное проектирование», государственная итоговая аттестация и все виды практик.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной

образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Коммуникация	УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p>УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие</p> <p>УК-1.2. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи</p> <p>УК- 1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов</p>	<p>Знать: принципы сбора, отбора и обобщения информации</p> <p>. Уметь: соотносить разнородные явления и систематизировать их в рамках избранных видов профессиональной деятельности</p> <p>. Владеть: практическим опытом работы с информационными источниками, опыт научного поиска, создания научных текстов</p>
Командная работа и лидерство	УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя	<p>Знать: особенности социального взаимодействия в профессиональной сфере, принципы формирования команды.</p> <p>Уметь: создавать команду, руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью</p>

			<p>из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели</p> <p>УК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников</p> <p>УК-3.3. Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе и строит продуктивное взаимодействие с учетом этого</p> <p>УК-3.4. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения</p>	<p>Владеть: технологиями взаимодействия с участниками профессиональной деятельности, коллегами, партнерами, со СМИ, блогерами</p>
--	--	--	--	---

			<p>поставленной цели</p> <p>УК-3.5. Соблюдает нормы и установленные правила командной работы; несет личную ответственность за результат</p>	
Коммуникация	УК-4	<p>Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>УК-4.1. Выбирает стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия</p> <p>УК-4.2. Ведет деловую переписку на русском языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем</p> <p>УК-4.3. Выполняет для личных целей перевод официальных и профессиональных текстов с иностранного</p>	<p>Знать: различия этнических и государственных особенностей, традиций и культур</p> <p>Уметь: самостоятельно работать в кросс-культурном пространстве и на международном уровне</p> <p>Владеть: навыками публичных презентаций и выступлений</p>

			<p>языка на русский, с русского языка на иностранный</p> <p>УК-4.4. Публично выступает на русском языке, строит свое выступление с учетом аудитории и цели общения</p> <p>УК-4.5. Устно представляет результаты своей деятельности на иностранном языке, может поддержать разговор в ходе их обсуждения</p>	
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	<p>УК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей</p> <p>УК-6.2. Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессиональн</p>	<p>Знать: технологии управления временем</p> <p>Уметь: использовать технологии управления временем в профессиональной деятельности</p> <p>Владеть: навыками стратегического планирования</p>

			<p>ого роста</p> <p>УК-6.3. Оценивает требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста</p> <p>УК- 6.4. Строит профессиональную карьеру и определяет стратегию профессионального развития</p>	
<p>Продукт профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-1</p>	<p>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>ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p> <p>ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	<p>Знать: правила создания медиатекстов Уметь: создавать медиатексты Владеть: навыками использования различных знаковых систем для создания медиатекста</p>

			различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	
Общество и государство	ОПК-2	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при со-здании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	Знать: правила мониторинга и отбора актуальной информации Уметь ассистировать при разработке и осуществлении коммуникационных действий Владеть технологиями оценки результатов коммуникационных действий
Культура	ОПК-3	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и	ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и	Знать: актуальные тенденции развития мировой культуры Уметь: применять знание о культурных процессах при коммуникационных действиях Владеть: навыками использование культурных знаний при

		(или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	мировой культуры, а также средства художественной выразительности и в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	осуществлении коммуникационной активности
Аудитория	ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с	Знать: актуальные запросы общества и аудитории Уметь: применять знание об актуальных потребностях общества при планировании коммуникационных действиях Владеть: навыками использования знаний об обществе при осуществлении коммуникационной активности

			общественность ю и (или) иных коммуникацион ных продуктов	
Медиакоммуни кационная система	ОПК- 5	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональн ой деятельности тенденции развития медиакоммуника ционных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирован ия, правовых и этических норм регулирувания	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуник ационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК- 5.2. Осуществляет свои профессиональн ые действия в сфере рекламы и связей с общественность ю с учетом специфики коммуникацион ных процессов и механизмов функционирова ния конкретной медиакоммуник ационной системы	Знать: политических и экономических механизмов функционирования медиасистем Уметь: анализировать тенденции развития медиакоммуникационны х систем региона, страны и мира Владеть: навыками использования информации о медиасистемах в профессиональной деятельности
Технологии	ОПК- 6	Способен использовать в профессиональн ой деятельности современные технические средства и информационно- коммуникацион ные технологии	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональн ой деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	Знать: современные технические средства Уметь: применять знание технических средств и технологий при планировании коммуникационных действиях Владеть: современными техническими средствами и информационно-

			ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	коммуникационными технологиями
Эффекты	ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым	Знать: актуальные тенденции развития принципов социальной ответственности в мире и стране Уметь: просчитывать результаты профессиональной деятельности в социальном плане Владеть: навыками использования культурных знаний при осуществлении коммуникационной активности

			профессиональн ым сообществом	
Осуществление авторской деятельности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-1.	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	<p>ПК-1.1. Осуществляет поиск темы и выявляет существующую проблему</p> <p>ПК-1.2. Получает информацию в ходе профессионального общения с героями, свидетелями, экспертами и фиксирует полученные сведения</p> <p>ПК-1.3. Отбирает релевантную информацию из доступных документальных источников</p> <p>ПК-1.4. Проверяет достоверность полученной информации, разграничивает факты и мнения</p> <p>ПК-1.5. Предлагает творческие решения с учетом имеющегося мирового и</p>	<p>Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p> <p>Уметь: просчитывать результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p> <p>Владеть: навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>

			<p>отечественного журналистского опыта ПК-1.6. Соблюдает профессиональные этические нормы на всех этапах работы</p> <p>ПК-1.7. Готовит к публикации журналистский текст (или) продукт с учетом требований редакции СМИ или другого медиа</p>	
<p>Осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологически ми требованиями разных типов СМИ и других медиа</p>	ПК-2	<p>Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологически ми требованиями разных типов СМИ и других медиа</p>	<p>ПК-2.1. Приводит журналистский текст и (или) продукт разных видов в соответствие с языковыми нормами</p> <p>ПК-2.2. Контролирует соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в журналистском тексте и (или) продукте</p> <p>ПК-2.3. Контролирует соблюдение профессиональных этических</p>	<p>Знать специфику разных разных типов СМИ и других медиа Уметь анализировать имеющийся мировой и отечественный опыта Владеть Технологиями авторской деятельности в области медиа</p>

			<p>норм в журналистском тексте и (или) продукте</p> <p>ПК-2.4. Учитывает технологические требования разных типов СМИ и других медиа при редактировании журналистского текста и (или) продукта</p>	
<p>Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики</p>	ПК-3.	<p>Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики</p>	<p>ПК-3.1. Предлагает творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики</p> <p>ПК-3.2. Решает поставленные задачи при работе над индивидуальными и (или) коллективным проектом в сфере журналистики</p> <p>ПК-3.3. Реализует журналистский проект в рамках своих полномочий и несет</p>	<p>Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов</p> <p>Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций</p> <p>Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций</p>

			ответственность за результат	
Организация процесса создания журналистского текста и (или) продукта	ПК-4.	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	<p>ПК-4.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы</p> <p>ПК-4.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности</p>	<p>Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>
Распространение общечеловеческих ценностей с помощью журналистского текста и (или) продукта	ПК-5.	Способен учитывать общечеловеческие ценности в процессе создания коммуникационного продукта	<p>ПК-5.1. Соотносит вопросы информационной повестки дня с общечеловеческими ценностями</p> <p>ПК-5.2. Определяет ценностные приоритеты при</p>	<p>Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации</p> <p>Уметь: принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации</p> <p>Владеть: навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в</p>

			отборе освещаемых явлений и событий ПК-5.3. Придерживаетс я общечеловеческ их ценностей при создании журналистского текста и (или) продукта	сфере коммуникации
--	--	--	---	--------------------

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Дисциплина изучается в 1-7 семестрах, общий объем оставляет 26 з.е. (по семестрам - 2, 5, 3, 4, 4, 5, 3)

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о системе коммуникативных профессий и специальностей в современных информационных условиях, в том числе практических знаний о возможностях индивидуального карьерного планирования.

Задачи дисциплины:

систематизация знаний о профессиях и специальностях в сфере коммуникации, о работе специалистов по рекламе, пиару, о работе журналистов и о дополнительных видах профессий и специальностей;

освоение базового научного аппарата современной коммуникативистики, профессионального языка специалиста в сфере коммуникации;

освещение основных направлений для профессионального развития, анализ ключевых работодателей в сфере медиа и коммуникации;

выработка у бакалавров умений и навыков эффективного взаимодействия, определяющих высокий уровень коммуникативной компетентности в сферах профессионально ориентированной коммуникации.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы бакалавриата

Дисциплина «Введение в коммуникативные специальности» реализуется в обязательной части в общепрофессиональном коммуникативном блоке основной образовательной программы по направлению подготовки «42.03.01 Реклама и связи с общественностью» очной и заочной форм обучения.

Изучение дисциплины «Введение в коммуникативные специальности» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин: «Человек в коммуникативном пространстве», «Философия», «Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия».

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной «Проектная деятельность», «Профессиональные творческие мастерские», «Теория и практика рекламы».

1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата/магистратуры/специалитета соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: УК-1; УК-6;

ОПК-1; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-7, ПК-1 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Системное и критическое мышление	УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p>УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие</p> <p>УК-1.2. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи</p> <p>УК- 1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов</p> <p>УК-1.4. При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные</p>	<p>Знать: принципы сбора, отбора и обобщения информации</p> <p>. Уметь: соотносить разнородные явления и систематизировать их в рамках избранных видов профессиональной деятельности</p> <p>. Владеть: практическим опытом работы с информационными и источниками, опыт научного поиска, создания научных текстов</p>

			<p>мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения</p> <p>УК-1.5. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки</p>	
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	<p>УК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, при достижении поставленных целей</p>	<p>Знать: технологии управления временем</p> <p>Уметь: использовать технологии управления временем в профессиональной деятельности</p> <p>Владеть: навыками стратегического планирования</p>
			<p>УК-6.2. Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста</p>	
			<p>УК-6.3. Оценивает требования рынка труда и предложения образовательных услуг для</p>	

			выстраивания траектории собственного профессионального роста	
			УК- 6.4. Строит профессиональную карьеру и определяет стратегию профессионального развития	
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2. Осуществляет подготовку журналистских текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Знать: правила создания медиатекстов Уметь: создавать медиатексты Владеть: навыками использования различных знаковых систем для создания медиатекста
Общество и государство	ОПК-2	Способен учитывать тенденции	ОПК-2.1. Знает систему общественных и	Знать: правила мониторинга и отбора

		развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и(или) коммуникационных продуктах	государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Соблюдает принцип объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов	актуальной информации Уметь ассистировать при разработке и осуществлении коммуникационных действий Владеть технологиями оценки результатов коммуникационных действий
Аудитория	ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов	Знать: актуальные запросы общества и аудитории Уметь: применять знание об актуальных потребностях общества при планировании коммуникационных действиях Владеть: навыками использования знаний об обществе при осуществлении коммуникационной активности
Эффекты	ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности,	Знать: актуальные тенденции развития принципов социальной ответственности в

		<p>профессионально й деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>типичные эффекты и последствия профессионально й деятельности</p> <p>ОПК-7.2. Осуществляет поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста</p>	<p>мире и стране</p> <p>Уметь: просчитывать результаты профессионально й деятельности в социальном плане</p> <p>Владеть: навыками использования культурных знаний при осуществлении коммуникационной активности</p>
	ПК-1	<p>Участвует в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>ПК-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПК-1.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p>ПК-1.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR кампаний при создании коммуникационно</p>	<p>Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p> <p>Уметь: просчитывать результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p> <p>Владеть: навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>

			го продукта	
--	--	--	-------------	--

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 1 семестре, составляет 2 зачетные единицы.

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний и практических навыков в области создания визуальной продукции.

Задачи дисциплины:

1. формирование представлений о современной визуальной коммуникации и способах ее осуществления
2. Освоение принципов и приемов создания визуальных презентаций в среде PowerPoint
3. Изучение эффективных способов обработки фотографий в редакторе AdobeLightroom
4. Отработка приемов коллажирования видеоизображений с помощью инструментов AdobePhotoshop
5. Освоение начальных принципов монтажа видео в среде AdobePremierPro

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы бакалавриата

Дисциплина «Практикум по созданию визуальной продукции» реализуется в обязательной части в общепрофессиональном коммуникативном блоке основной образовательной программы по направлению подготовки «42.03.01.Реклама и связи с общественностью» очной и заочной формам обучения.

Изучение дисциплины «ПРАКТИКУМ ПО СОЗДАНИЮ ВИЗУАЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин: «Человек в коммуникативном пространстве», «Философия», «Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия», «Стилистика и литературное редактирование».

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной «Проектная деятельность», «Контент-менеджмент и SMM», все виды практик и государственная итоговая аттестация.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: ОПК-1, ОПК-4; ОПК-6, в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01.Реклама и связи с общественностью.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Анализ и оценка профессиональной	ОПК-1	Способен создавать	ОПК-1.1. Анализирует и	Знать: актуальные запросы общества и

информации		востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	обобщает профессиональную информацию на теоретико-методологическом уровне; профессиональной информации, научных теорий, концепций и актуальных подходов	аудитории Уметь: применять знание об актуальных потребностях общества при планировании коммуникационных действиях Владеть: навыками использование знаний об обществе при осуществлении коммуникационной активности		
			ОПК. 1.2. Описывает социальные явления и процессы на основе комплексной информации			
			ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК4.1 понимает актуальные запросы общества и аудитории	Знать: актуальные запросы общества и аудитории Уметь: применять знание об актуальных потребностях общества при планировании коммуникационных действиях Владеть: навыками использование знаний об обществе при осуществлении коммуникационной активности
					ОПК4.2 применяет знание об актуальных потребностях общества при планировании коммуникационных действиях	
			ОПК4.3 использует навыки получения знаний об обществе при осуществлении коммуникационной активности			
Профессиональная компетентность	ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1 понимает актуальные тенденции развития принципов в социальной ответственности в мире и стране	Знать: современные технические средства Уметь: применять знание технических средств и технологий при планировании коммуникационных действиях Владеть: современными техническими средствами и		
			ОПК6.2 просчитывает результаты профессиональной деятельности в социальном плане			
			ОПК6.3 использует навыки получения			

			культурных знаний при осуществлении коммуникационной активности	информационно-коммуникационным и технологиями
--	--	--	---	---

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 3 семестре, составляет 3 зачетных единицы.

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины заключается в получении обучающими теоретических знаний о возможностях работы с современными редакторами контента с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков (формирование) по работе в этих редакторах для обеспечения эффективной редакторской и авторской деятельности выпускника.

Задачи дисциплины (модуля):

1. Получить базовые навыки работы с основными редакторами контента;
2. Показать возможности современных редакторов контента
3. Получить практический навык работы с редакторами.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы бакалавриата

Дисциплина «Работа с современными редакторами контента» реализуется в обязательной части, формируемой участниками образовательных отношений части основной образовательной программы по направлению подготовки «42.03.01 Реклама и связи с общественностью» очной и заочной форм обучения.

Изучение дисциплины «Работа с современными редакторами контента» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин (модулей): «Информатика и основы информационно-коммуникационных технологий».

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной: Профессиональные творческие мастерские!, «Коммуникативное проектирование», «Проектная деятельность», блок государственной итоговой аттестации и все виды практик.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: УК-4, ОПК-1, ПК-2, в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Коммуникация	УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и	УК-4.1. Выбирает стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий	Знать: различия этнических и государственных особенностей,

		<p>письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия УК-4.2. Ведет деловую переписку на русском языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем УК-4.3. Выполняет для личных целей перевод официальных и профессиональных текстов с иностранного языка на русский, с русского языка на иностранный УК-4.4. Публично выступает на русском языке, строит свое выступление с учетом аудитории и цели общения УК-4.5. Устно представляет результаты своей деятельности на иностранном языке, может поддержать разговор в ходе их обсуждения</p>	<p>традиций и культур Уметь: самостоятельно работать в кросс-культурном пространстве и на международном уровне Владеть: навыками публичных презентаций и выступлений</p>
<p>Продукт профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-1</p>	<p>Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков,</p>	<p>ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2. Осуществляет</p>	<p>Знать: правила создания медиатекстов Уметь: создавать медиатексты Владеть: навыками использования различных знаковых систем для создания медиатекста</p>

		особенностями иных знаковых систем	подготовку журналистских текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	
	ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно- коммуникационные технологии	ОПК6-1. Придерживается установленного графика и технологий в процессе создания ОПК 6.2. Распределяет свои трудовые ресурсы в соответствии с решаемыми профессиональн ми задачами и техническим вооружением ОПК 6.3. Выполняет свои профессиональные обязанности в рамках отведенного бюджета времени	Знать: современные технические средства Уметь: применять знание технических средств и технологий при планировании коммуникационных действиях Владеть: современными техническими средствами и информационно- коммуникационны ми технологиями

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой во 2 семестре, составляет 3 зачетные единицы

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель учебной дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических и практических знаний о системе функциональных стилей современного русского литературного языка, об основных положениях практической стилистики в соответствии с уровнями языковой системы, а также о литературном редактировании и в использовании соответствующего комплекса знаний в профессиональной деятельности, которая носит коммуникативный характер.

Задачи учебной дисциплины:

1. Формирование у студентов чёткого представления о системе функциональных стилей современного русского литературного языка.
2. Формирование практических навыков по использованию стилистических средств в соответствии с целями и задачами речи.
3. Овладение основами литературного редактирования текстов различной стилистической окраски для решения поставленных коммуникативных задач.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования- программы

Дисциплина (модуль) «Стилистика и литературное редактирование» реализуется в *обязательной* части основной образовательной программы по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью очной и заочной** формам обучения.

Изучение дисциплины (модуля) «Стилистика и литературное редактирование» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин (модулей): «Информатика и основы информационно-коммуникационных технологий», «Профессиональные творческие мастерские».

Перечень последующих дисциплин (модулей), для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной (модулем): «Общая теория коммуникации»; «Контент-менеджмент и SMM», «Копирайтинг».

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4); способность создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем (ОПК-1); способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3); в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавриата по направлению подготовки **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».**

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Универсальная	УК-4	способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1 различия этнических и государственных особенностей, традиций и культур	Знать: правила и способы использования языковых средств в соответствии и с целями и задачами речи
			УК-4.2 работа в кросс-культурном пространстве и на международном уровне	Уметь: осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах
			УК-4.3 основы публичных презентаций и выступлений	Владеть: навыками создания качественных текстов в соответствии и с целями и задачами речи

<p>Продукт профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-1</p>	<p>способность 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>ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности и медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2. Осуществляет подготовку журналистских текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии и с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p>Знать: правила создания медиатекстов Уметь: создавать медиатексты Владеть: навыками использования различных знаковых систем для создания медиатекста</p>
<p>Культура</p>	<p>ОПК-3</p>	<p>способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2. Применяет средства художественной выразительности в создаваемых</p>	<p>Знать: актуальные тенденции развития мировой культуры Уметь: применять знание о культурных процессах при коммуникационных</p>

			х текстах и (или) коммуникационных продуктах	действиях Владеть: навыками использования культурных знаний при осуществлении коммуникационной активности
--	--	--	--	---

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля), изучаемой в 2-3 семестрах, составляет 6 зачетных единиц

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о психологических технологиях индивидуальных, групповых и массовых коммуникаций.

Задачи дисциплины:

формирование представлений о функционировании субъективной реальности личности;

освоение знаний о психологии коммуникации в контексте разнообразных психологических школ;

освоение базовых навыков индивидуальной коммуникации в виде публичного выступления;

освоение базовых техник переговоров;

отработка защиты от манипулятивных техник в коммуникации

освещение основных социально-психологических и коммуникативных феноменов в области массовых коммуникаций.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы бакалавриата

Дисциплина «Психотехнологии коммуникативного менеджмента» реализуется в обязательной части в общепрофессиональном коммуникативном блоке основной образовательной программы по направлению подготовки «42.03.01.Реклама и связи с общественностью» очной и заочной формам обучения.

Изучение дисциплины «ПСИХОТЕХНОЛОГИИ КОММУНИКАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин: «Человек в коммуникативном пространстве», «Философия», «Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия», «Стилистика и литературное редактирование».

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной «Проектная деятельность», «Контент-менеджмент и SMM», все виды практик и государственная итоговая аттестация.

1.31.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: УК-5; УК-6; ОПК-4; ОПК-4; ОПК-7; ПК-4

в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01. Реклама и связи с общественностью.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции и	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Межкультурное взаимодействие	УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<p>УК-5.1. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях</p> <p>УК-5.2. Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и</p>	<p>Знать: структуру общественных, в том числе мультикультурных отношений</p> <p>Уметь: анализировать последствия профессиональной деятельности для жизни общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p> <p>Владеть: приемами использования межкультурных коммуникаций для осуществление медиапроектов</p>

			<p>ряда культурных традиций мира.</p> <p>УК-5.3. Конструктивно взаимодействует с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции.</p>	
<p>Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)</p>	УК-6	<p>Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>УК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей</p> <p>УК-6.2. Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста</p> <p>УК-6.3. Оценивает требования рынка труда и предложения образовательных</p>	<p>Знать: технологии управления временем</p> <p>Уметь: использовать технологии управления временем в профессиональной деятельности</p> <p>Владеть: навыками стратегического планирования</p>

			<p>услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста</p> <p>УК- 6.4. Строит профессиональную карьеру и определяет стратегию профессионального развития</p>	
Аудитория	ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<p>ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p> <p>ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных</p>	<p>Знать: актуальные запросы общества и аудитории</p> <p>Уметь: применять знание об актуальных потребностях общества при планировании коммуникационных действиях</p> <p>Владеть: навыками использования знаний об обществе при осуществлении коммуникационной активности</p>

			коммуникационны х продуктов	
	ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	Знать: актуальные тенденции развития принципов социальной ответственности в мире и стране Уметь: просчитывать результаты профессиональной деятельности в социальном плане Владеть: навыками использования культурных знаний при осуществлении коммуникационной активности
Осуществление профессиональной деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями	ПК-4	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-1.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или)	Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

			<p>связей с общественностью</p> <p>ПК-1.3.</p> <p>Использует результаты исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта</p>	<p>Владеть:</p> <p>навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>
--	--	--	--	---

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 1 и 2 семестрах, составляет 8 зачетных единиц.

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о системе жанровых моделей творчества в сфере коммуникации и медиа с последующим применением полученных знаний на практике, формирование навыка работы в различных знаковых системах и жанровых моделях в области авторской и редакторской сферах, том числе в условиях индивидуальной и командной работы.

Задачи дисциплины:

систематизация знаний о жанрах и жанровых моделях в сфере коммуникации и в процессе производства медиапродукта;

формирование базового навыка работы во всех знаковых системах при подготовке медиапродукта;

освещение основных направлений для профессионального развития;

выработка у бакалавров умений и навыков эффективного взаимодействия, определяющих высокий уровень коммуникативной компетентности в сферах профессионально ориентированной коммуникации.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы бакалавриата

Дисциплина «Профессиональные творческие мастерские» реализуется в обязательной части в общепрофессиональном коммуникативном блоке основной образовательной программы по направлению подготовки «42.03.01 Реклама и связи с общественностью» очной и заочной форм обучения.

Изучение дисциплины «Профессиональные творческие мастерские» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин: «Введение в коммуникативные специальности», «Человек в коммуникативном пространстве», «Философия», «Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия».

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной «Проектная деятельность», «Теория и практика журналистики», «Коммуникативное проектирование», государственная итоговая аттестация и все виды практик.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: УК-3; УК-4; УК-6; ОПК-1; ОПК-4; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-4; ПК-5

в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Командная работа и лидерство	УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	<p>УК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели</p> <p>УК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников</p> <p>УК-3.3. Анализирует возможные</p>	<p>Знать: особенности социального взаимодействия в профессиональной сфере, принципы формирования команды.</p> <p>Уметь: создавать команду, руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью</p> <p>Владеть: технологиями взаимодействия с участниками профессиональной деятельности, коллегами,</p>

			<p>последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе и строит продуктивное взаимодействие с учетом этого</p> <p>УК-3.4. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели</p> <p>УК-3.5. Соблюдает нормы и установленные правила командной работы; несет личную ответственность за результат</p>	<p>партнерами, со СМИ, блогерами</p>
Коммуникация	УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской	<p>УК-4.1. Выбирает стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и</p>	<p>Знать: различия этнических и государственных особенностей, традиций и культур Уметь: самостоятельно работать в</p>

		<p>Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>язык жестов к ситуациям взаимодействия</p> <p>УК-4.2. Ведет деловую переписку на русском языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем</p> <p>УК-4.3. Выполняет для личных целей перевод официальных и профессиональных текстов с иностранного языка на русский, с русского языка на иностранный</p> <p>УК-4.4. Публично выступает на русском языке, строит свое выступление с учетом аудитории и цели общения</p> <p>УК-4.5. Устно представляет результаты своей деятельности на иностранном языке, может поддержать разговор в ходе</p>	<p>кросс-культурном пространстве и на международном уровне</p> <p>Владеть: навыками публичных презентаций и выступлений</p>
--	--	--	---	---

			их обсуждения	
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	<p>УК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей</p> <p>УК-6.2. Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста</p> <p>УК-6.3. Оценивает требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста</p> <p>УК- 6.4. Строит профессиональную карьеру и определяет стратегию профессионального развития</p>	<p>Знать: технологии управления временем</p> <p>Уметь: использовать технологии управления временем в профессиональной деятельности</p> <p>Владеть: навыками стратегического планирования</p>

<p>Продукт профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-1</p>	<p>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>ОПК-1.1. (общий по УГСН) Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p> <p>ОПК-1.2. (по направлению подготовки "Журналистика") Осуществляет подготовку журналистских текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p>Знать: правила создания медиатекстов Уметь: создавать медиатексты Владеть: навыками использования различных знаковых систем для создания медиатекста</p>
<p>Аудитория</p>	<p>ОПК-4</p>	<p>Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-4.1. (общий по УГСН) Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и</p>	<p>Знать: актуальные запросы общества и аудитории Уметь: применять знание об актуальных потребностях</p>

			<p>отдельных аудиторных групп</p> <p>ОПК-4.2. (по направлению подготовки "Журналистика") Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов</p>	<p>общества при планировании коммуникационных действиях</p> <p>Владеть: навыками использования знаний об обществе при осуществлении и коммуникационной активности</p>
Технологии	ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	<p>ОПК-6.1. (общий по УГСН) Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение</p> <p>ОПК-6.2. (по направлению подготовки "Журналистика") Эксплуатирует современные стационарные и мобильные цифровые устройства на всех этапах создания журналистского текста и (или) продукта</p>	<p>Знать: современные технические средства</p> <p>Уметь: применять знание технических средств и технологий при планировании коммуникационных действиях</p> <p>Владеть: современным и техническими средствами и информационными технологиями</p>

Эффекты	ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<p>ОПК-7.1. (общий по УГСН) Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-7.2. (по направлению подготовки "Журналистика") Осуществляет поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста</p>	<p>Знать: актуальные тенденции развития принципов социальной ответственности в мире и стране</p> <p>Уметь: просчитывать результаты профессиональной деятельности в социальном плане</p> <p>Владеть: навыками использования культурных знаний при осуществлении и коммуникационной активности</p>
Осуществление авторской деятельности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-1.	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного	<p>ПК-1.1. Осуществляет поиск темы и выявляет существующую проблему</p> <p>ПК-1.2. Получает информацию в ходе профессионального общения с</p>	<p>Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p> <p>Уметь: просчитывать результаты реализации коммуникационных кампаний,</p>

		<p>опыта</p>	<p>героями, свидетелями, экспертами и фиксирует полученные сведения</p> <p>ПК-1.3. Отбирает релевантную информацию из доступных документальных источников</p> <p>ПК-1.4. Проверяет достоверность полученной информации, разграничивает факты и мнения</p> <p>ПК-1.5. Предлагает творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного журналистского опыта ПКО</p> <p>-1.6. Соблюдает профессиональные этические нормы на всех этапах работы</p> <p>ПК-1.7. Готовит к публикации журналистский текст (или) продукт с учетом требований</p>	<p>проектов и мероприятий</p> <p>Владеть: навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>
--	--	--------------	---	---

			редакции СМИ или другого медиа	
<p>Осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа</p>	ПК-2	<p>Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа</p>	<p>ПК-2.1. Приводит журналистский текст и (или) продукт разных видов в соответствие с языковыми нормами</p> <p>ПК-2.2. Контролирует соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в журналистском тексте и (или) продукте</p> <p>ПК-2.3. Контролирует соблюдение профессиональных этических норм в журналистском тексте и (или) продукте</p> <p>ПК-2.4. Учитывает технологические требования разных типов СМИ и других медиа при редактировании журналистского текста и (или) продукта</p>	<p>Знать специфику разных типов СМИ и других медиа</p> <p>Уметь анализировать имеющийся мировой и отечественный опыт</p> <p>Владеть Технологиями авторской деятельности в области медиа</p>

<p>Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики</p>	<p>ПК-3.</p>	<p>Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики</p>	<p>ПК-3.1. Предлагает творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики</p> <p>ПК-3.2. Решает поставленные задачи при работе над индивидуальными и (или) коллективным проектом в сфере журналистики</p> <p>ПК-3.3. Реализует журналистский проект в рамках своих полномочий и несет ответственность за результат</p>	<p>Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций</p>
<p>Организация процесса создания журналистского текста и (или) продукта</p>	<p>ПК-4.</p>	<p>Способен организовывать процесс создания журналистского текста и (или) продукта</p>	<p>ПК-4.1. Придерживается установленного графика в процессе создания журналистского текста и (или) продукта</p> <p>ПК-4.2. Распределяет свои трудовые ресурсы в</p>	<p>Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной</p>

			<p>соответствии с решаемыми профессиональными задачами и возникающими обстоятельствами</p> <p>ПК-4.3. Выполняет свои профессиональные обязанности в рамках отведенного бюджета времени</p>	<p>й социальной ответственности</p> <p>Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>
<p>Распространение общечеловеческих ценностей с помощью журналистского текста и (или) продукта</p>	ПК-5.	<p>Способен учитывать общечеловеческие ценности в процессе создания журналистского текста и (или) продукта</p>	<p>ПК-5.1. Соотносит вопросы информационной повестки дня с общечеловеческими ценностями</p> <p>ПК-5.2. Определяет ценностные приоритеты при отборе освещаемых явлений и событий</p> <p>ПК-5.3. Придерживается общечеловеческих ценностей при создании журналистского текста и (или) продукта</p>	<p>Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации</p> <p>Уметь: принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации</p> <p>Владеть: навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в</p>

				сфере коммуникаци и
--	--	--	--	---------------------------

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 1 и 2 семестре, составляет 5 зачетных единиц.

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о системе креативных технологий, которые используются при создании различных медиапродуктов, а также навыка использования технологий в зависимости от конкретных задач, стоящих перед исполнителем.

Задачи дисциплины:

6. Получение знаний о системе креативных технологий и креативного процесса в целом;
7. освоение базового научного аппарата современной коммуникативистики, профессионального языка специалиста в сфере коммуникации;
8. сформировать представление о творческом процессе, о его этапах, необходимых элементах;
9. выработка у бакалавров умений и навыков эффективного взаимодействия, определяющих высокий уровень коммуникативной компетентности в сферах профессионально ориентированной коммуникации.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы бакалавриата

Дисциплина «Креативные технологии» реализуется в обязательной части в общепрофессиональном коммуникативном блоке основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью очной и заочной форма обучения.

Изучение дисциплины «Креативные технологии» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин: «Человек в коммуникативном пространстве», «Философия», «Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия», «Профессиональные творческие мастерские».

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной «Проектная деятельность», «Коммуникативное проектирование», «Копирайтинг», «Питчинг в коммуникации», «Сценарное мастерство», «Дизайн современных медиа».

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: ОПК-4, в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения

Аудитория	ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<p>ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p> <p>ОПК-4.2. Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов</p>	<p>Знать: различия этнических и государственных особенностей, традиций и культур</p> <p>Уметь: самостоятельно работать в кросс-культурном пространстве и на международном уровне</p> <p>Владеть: навыками публичных презентаций и выступлений</p>
-----------	-------	---	---	---

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 3 семестре, составляет 2 зачетные единицы.

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о сущности корпоративной коммуникации с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков в рамках организационно-управленческой задачи профессиональной деятельности выпускников.

Задачи дисциплины:

1. формирование системы знаний о сущности, структуре, теоретико-методологических основах дисциплины **«Общая теория коммуникации»**;
2. овладение навыками практического использования норм и принципов корпоративной коммуникации;
3. формирование представлений о формах, методах, направлениях и уровнях корпоративной коммуникации в России и в международной практике;
4. приобретение навыков внедрения стандартов корпоративной коммуникации в практику деятельности компании.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Дисциплина *«Общая теория коммуникации»* реализуется в *обязательной* части основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» *очной и заочной* формы обучения.

Изучение дисциплины *«Общая теория коммуникации»* базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала дисциплины: *«Введение в коммуникативные специальности»*.

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

- *«Продюсирование коммуникативных продуктов»*, *«Коммуникативное проектирование: практикум»*, *«Коммуникация в некоммерческой сфере»*, *«Корпоративная коммуникация»*.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций:

УК-5, ОПК-3, ОПК-4, ПК-4

в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования бакалавриата по направлению подготовки *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<p>УК-5.1. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях</p> <p>УК-5.2. Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и ряда культурных традиций мира.</p> <p>УК-5.3. Конструктивно взаимодействует с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения</p>	<p>Знать: структуру общественных, в том числе мультикультурных отношений</p> <p>Уметь: анализировать последствия профессиональной деятельности для жизни общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p> <p>Владеть: приемами использования межкультурных коммуникаций для осуществление медиапроектов</p>

Коммуникация в обществе			профессиональных задач и усиления социальной интеграции.	
	ОПК-3	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК3.1. Осуществляет мониторинг и отбор актуальной информации	Знать: актуальные тенденции развития мировой культуры
			ОПК3.2. Ассистирует при разработке и осуществлении коммуникационных действий	Уметь: применять знание о культурных процессах при коммуникацион
			ОПК-3.3 Владеет навыком разработки и осуществления коммуникационных действий	ных действиях Владеть: навыками использование культурных знаний при осуществлении коммуникационной активности
	ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК4.1 Знать: актуальные запросы общества и аудитории	Знать: актуальные запросы общества и аудитории
			ОПК4.2 Уметь: применять знание об актуальных потребностях общества при планировании коммуникационных действиях	Уметь: применять знание об актуальных потребностях общества при планировании коммуникацион
ОПК4.3 Владеть: навыками использование знаний об обществе при осуществлении коммуникационной активности			ных действиях Владеть: навыками использование знаний об обществе при осуществлении коммуникационной активности	

Профессиональное мастерство	ПК-4	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	<p>ПК4.1 Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации</p> <p>ПК 4.2 Уметь: принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации</p> <p>ПК 4.3 Владеть: навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации</p>	<p>Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 3 семестре, составляет 4 зачетных единиц.

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися практических знаний о системе продюсирования в сфере коммуникации с последующим применением полученных знаний на практике

Задачи дисциплины:

10. Знакомство с понятием продюсерской деятельности, прежде всего в сфере коммуникаций.;
11. Формирование базового навыка работы в проектных продюсерских группах;
12. Освещение основных направлений для профессионального осуществления коммуникационных проектов;
13. Выработка у бакалавров умений и навыков эффективного взаимодействия, в рамках коммуникативной деятельности.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы бакалавриата

Дисциплина реализуется в обязательной части в общепрофессиональном коммуникативном блоке основной образовательной программы по направлению подготовки «42.03.01 Реклама и связи с общественностью» очной и заочной форм обучения.

Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин: «Введение в коммуникативные специальности», «Человек в коммуникативном пространстве», «Философия», «Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия», «Профессиональные творческие мастерские».

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной «Проектная деятельность», «Коммуникативное проектирование: практикум», государственная итоговая аттестация и все виды практик.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: УК-1; ОПК-4; ОПК-7; ПК-1; ПК-3; ПК-4; ПК-5, в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Командная работа и	УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ	УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые	Знать: принципы сбора, отбора и обобщения

лидерство		и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p>составляющие</p> <p>УК-1.2. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи</p> <p>УК- 1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов</p> <p>УК-1.4. При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения</p> <p>УК-1.5. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки</p>	<p>информации</p> <p>. Уметь: соотносить разнородные явления и систематизировать их в рамках избранных видов профессиональной деятельности</p> <p>. Владеть: практическим опытом работы с информационным и источниками, опыт научного поиска, создания научных текстов</p>
Аудитория	ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<p>ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p> <p>ОПК-4.2. Использует основные</p>	<p>Знать: актуальные запросы общества и аудитории</p> <p>Уметь: применять знание об актуальных потребностях общества при планировании коммуникационных действиях</p>

			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	Владеть: навыками использование знаний об обществе при осуществлении коммуникационной активности
Технологии	ОПК-7	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Знать: современные технические средства Уметь: применять знание технических средств и технологий при планировании коммуникационных действиях Владеть: современными техническими средствами и информационно-коммуникационными технологиями
Осуществление авторской деятельности с учетом специфики разных типов	ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и	ПК 1.1 этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и	Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и

СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта		мероприятий	мероприятий ПК 1.2 результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК 1.3 реализация коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	мероприятий Уметь: просчитывать результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Владеть: навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
Участие в разработке и реализации индивидуально и (или) коллективного проекта в сфере журналистики	ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций
Организация процесса создания журналистского текста и (или) продукта	ПК-4	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК4.1 суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.2 совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.3 реализация	Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной

			коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ответственности Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности
Распространение общечеловеческих ценностей с помощью коммуникационного продукта	ПК-5	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК5.1 этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 5.2 результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 5.3 технологии разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации Уметь: принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации Владеть: навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 3 семестре, составляет 3 зачетных единицы.

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися практических знаний о системе проектной деятельности и проектного мышления в сфере коммуникации с последующим применением полученных знаний на практике

Задачи дисциплины:

14. Знакомство с понятием проектной деятельности, прежде всего в сфере коммуникаций.;
15. формирование базового навыка работы в проектных группах;
16. освещение основных направлений для профессионального осуществления коммуникационных проектов;
17. выработка у бакалавров умений и навыков эффективного взаимодействия, в рамках проектной деятельности.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы бакалавриата

Дисциплина «Коммуникативное проектирование: практикум» реализуется в обязательной части в общепрофессиональном коммуникативном блоке основной образовательной программы по направлению подготовки «42.03.01 Реклама и связи с общественностью» очной и заочной форм обучения.

Изучение дисциплины «базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин: «Введение в коммуникативные специальности», «Человек в коммуникативном пространстве», «Философия», «Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия», «Профессиональные творческие мастерские».

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной «Проектная деятельность», «Теория и практика журналистики», государственная итоговая аттестация и все виды практик.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: УК-1; УК-3; ОПК-1; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ПКО-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5, в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Командная работа и	УК-1	Способен осуществлять поиск,	УК-1.1. Анализирует задачу,	Знать: принципы сбора, отбора и

лидерство		критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p>выделяя ее базовые составляющие</p> <p>УК-1.2. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи</p> <p>УК- 1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов</p> <p>УК-1.4. При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения</p> <p>УК-1.5. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки</p>	<p>обобщения информации</p> <p>. Уметь: соотносить разнородные явления и систематизировать их в рамках избранных видов профессиональной деятельности</p> <p>. Владеть: практическим опытом работы с информационными и источниками, опыт научного поиска, создания научных текстов</p>
	УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения	<p>Знать: особенности социального взаимодействия в профессиональной сфере, принципы формирования команды.</p> <p>Уметь: создавать команду,</p>

			<p>поставленной цели</p> <p>УК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников</p> <p>УК-3.3. Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе и строит продуктивное взаимодействие с учетом этого</p> <p>УК-3.4. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели</p> <p>УК-3.5. Соблюдает нормы и установленные правила командной работы; несет личную ответственность за результат</p>	<p>руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью</p> <p>Владеть:</p> <p>технологиями взаимодействия с участниками профессиональной деятельности, коллегами, партнерами, со СМИ, блогерами</p>
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или)	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или)	Знать: правила создания медиатекстов Уметь: создавать медиатексты

		<p>медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p>медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p> <p>ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p>Владеть: навыками использования различных знаковых систем для создания медиатекста</p>
Аудитория	ОПК-4	<p>Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p> <p>ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных</p>	<p>Знать: актуальные запросы общества и аудитории</p> <p>Уметь: применять знание об актуальных потребностях общества при планировании коммуникационных действиях</p> <p>Владеть: навыками использования знаний об обществе при осуществлении коммуникационной активности</p>

			продуктов	
	ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	<p>ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>	<p>Знать: политических и экономических механизмов функционирования медиасистем</p> <p>Уметь: анализировать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира</p> <p>Владеть: навыками использования информации о медиасистемах в профессиональной деятельности</p>
Технологии	ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	<p>ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение</p> <p>ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех</p>	<p>Знать: современные технические средства</p> <p>Уметь: применять знание технических средств и технологий при планировании коммуникационных действий</p> <p>Владеть: современными техническими средствами и информационно-коммуникационными</p>

			этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	ми технологиями
Осуществление авторской деятельности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК 1.1 этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК 1.2 результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК 1.3 реализация коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Уметь: просчитывать результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Владеть: навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
Осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологически ми требованиями разных типов СМИ и других медиа	ПК-2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК 2.1. Осуществляет авторскую деятельность в области медиа ПК 2.2. анализирует имеющийся мировой и отечественный опыт в медиа ПК 2.3. Понимает специфику различных типов СМИ и других медиа	Знать специфику разных типов СМИ и других медиа Уметь анализировать имеющийся мировой и отечественный опыт Владеть Технологиями авторской деятельности в области медиа
Участие в разработке и реализации индивидуального и (или)	ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых	ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов

коллективного проекта в сфере журналистики		коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций
Организация процесса создания журналистского текста и (или) продукта	ПК-4	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК4.1 суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.2 совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.3 реализация коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности
Распространение общечеловеческих ценностей с помощью коммуникационного продукта	ПК-5	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК5.1 этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации

			ПК 5.2 результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 5.3 технологии разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	Уметь: принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации Владеть: навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации
--	--	--	---	--

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 3 семестре, составляет 3 зачетных единицы

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о копирайтинге и коммерческом письме с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков (формирование) по созданию текстов для коммерческого использования в различных сферах коммуникативной деятельности.

Задачи дисциплины:

18. систематизация знаний о копирайтинге как сфере деятельности и виде занятости;
19. освоение инструментов создания коммерческих текстов, ключевых форм и способов;
20. освещение основных направлений для профессионального развития, анализ ключевых работодателей;
21. выработка у бакалавров умений и навыков эффективного взаимодействия, определяющих высокий уровень коммуникативной компетентности в сферах профессионально ориентированной коммуникации.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы бакалавриата

Дисциплина «Копирайтинг» реализуется в обязательной части в общепрофессиональном коммуникативном блоке основной образовательной программы по направлению подготовки «42.03.01.Реклама и связи с общественностью» очной и заочной формам обучения.

Изучение дисциплины «Копирайтинг» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин: «Человек в коммуникативном пространстве», «Философия», «Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия», «Стилистика и литературное редактирование».

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной «Проектная деятельность», «Контент-менеджмент и SMM», все виды практик и государственная итоговая аттестация.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: УК-4; ОПК-1 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01.Реклама и связи с общественностью.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Коммуникация	УК-4	Способен осуществлять деловую	УК-4.1. Выбирает стиль общения на русском языке в	Знать: различия этнических и государственных

		<p>коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия УК-4.2. Ведет деловую переписку на русском языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем УК-4.3. Выполняет для личных целей перевод официальных и профессиональных текстов с иностранного языка на русский, с русского языка на иностранный УК-4.4. Публично выступает на русском языке, строит свое выступление с учетом аудитории и цели общения УК-4.5. Устно представляет результаты своей деятельности на иностранном языке, может поддержать разговор в ходе их обсуждения</p>	<p>особенностей, традиций и культур Уметь: самостоятельно работать в кросс-культурном пространстве и на международном уровне Владеть: навыками публичных презентаций и выступлений</p>
<p>Продукт профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-1</p>	<p>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>ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2. Осуществляет подготовку журналистских</p>	<p>Знать: правила создания медиатекстов Уметь: создавать медиатексты Владеть: навыками использования различных знаковых систем для создания медиатекста</p>

			текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	
--	--	--	---	--

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 3 и 4 семестрах, составляет 6 зачетные единицы

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о методологии и методике исследований коммуникаций с их последующим применением в профессиональной сфере и формировании практических навыков по проведению исследований корпоративных и медиакоммуникаций.

Задачи учебной дисциплины:

1. Получение знаний о видах и источниках информации о корпоративных и медиакоммуникациях.
2. Изучение процесса и видов исследований, а также области их применения.
3. Формирование практических навыков исследований в сфере коммуникаций.
4. Овладение знаниями и умениями применять методику исследований при разработке и реализации коммуникационных проектов.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата

Учебная дисциплина *«Исследования в коммуникациях»* реализуется в *обязательной части (обще-professionalный модуль)* основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» очной формы обучения.

Изучение учебной дисциплины *«Исследования в коммуникациях»* базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда учебных дисциплин: *«Социология»*, *«Введение в коммуникативные специальности»*, *«Экономика»*, *«Основы управления проектами»*, *«Информатика и информационные технологии в профессиональной деятельности»*.

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

- Корпоративная коммуникация (обязательная часть, профессиональный модуль);
- Коммуникация в некоммерческой сфере (обязательная часть, профессиональный модуль);
- Политические коммуникации (обязательная часть, профессиональный модуль);
- Кризисные коммуникации (обязательная часть, профессиональный модуль);
- Работа с информацией в сети Интернет (обязательная часть, профессиональный модуль);
- Стратегический маркетинг и брендинг (часть, формируемая участниками образовательных отношений);

и т.д.

1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций: УК-1; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-7; ПК-1; ПК-5 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования - программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Системное и критическое мышление	УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p>УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие</p> <p>УК-1.2. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи</p> <p>УК- 1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов</p> <p>УК-1.4. При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения</p> <p>УК-1.5. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки</p>	<p>Знать: принципы сбора, отбора и обобщения информации</p> <p>. Уметь: соотносить разнородные явления и систематизировать их в рамках избранных видов профессиональной деятельности</p> <p>. Владеть: практическим опытом работы с информационными источниками, опыт научного поиска, создания научных текстов</p>

Анализ и оценка профессиональной информации	ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Анализирует и обобщает профессиональную информацию на теоретико-методологическом уровне; профессиональной информации, научных теорий, концепций и актуальных подходов	Знать: правила мониторинга и отбора актуальной информации Уметь ассистировать при разработке и осуществлении коммуникационных действий Владеть технологиями оценки результатов коммуникационных действий
			ОПК. 2.2. Описывает социальные явления и процессы на основе комплексной информации	
	ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК4.1 понимает актуальные запросы общества и аудитории	Знать: актуальные запросы общества и аудитории Уметь: применять знание об актуальных потребностях общества при планировании коммуникационных действиях Владеть: навыками использования знаний об обществе при осуществлении коммуникационной активности
			ОПК4.2 применяет знание об актуальных потребностях общества при планировании коммуникационных действиях	
			ОПК4.3 использует навыки получения знаний об обществе при осуществлении коммуникационной активности	
	ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1 понимает актуальные тенденции развития принципов социальной ответственности в мире и стране	Знать: актуальные тенденции развития принципов социальной ответственности в мире и стране Уметь: просчитывать результаты профессиональной деятельности в социальном плане Владеть: навыками использования
			ОПК7.2 просчитывает результаты профессиональной деятельности в социальном плане	

				культурных знаний при осуществлении коммуникационной активности
			ОПК7.3 использует навыки получения культурных знаний при осуществлении коммуникационной активности	
	ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	<p>ПК 1.1 этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p> <p>ПК 1.2 результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p> <p>ПК 1.3 реализация коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p> <p>Уметь: просчитывать результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p> <p>Владеть: навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>
			ПКО-1.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	
			ПКО-1.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	

	ПК-5	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации и	<p>ПК5.1 этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации</p> <p>ПК 5.2 результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации</p> <p>ПК 5.3 технологии разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации</p>	<p>Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации</p> <p>Уметь: принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации</p> <p>Владеть: навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации</p>
--	------	---	--	---

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 4 семестре, составляет 3 зачетные единицы.

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о сущности корпоративной коммуникации с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков в рамках организационно-управленческой задачи профессиональной деятельности выпускников.

Задачи дисциплины:

1. формирование системы знаний о сущности, структуре, теоретико-методологических основах дисциплины *«Контент-менеджмент и SMM»*;
2. овладение навыками практического использования норм и принципов корпоративной коммуникации;
3. формирование представлений о формах, методах, направлениях и уровнях корпоративной коммуникации в России и в международной практике;
4. приобретение навыков внедрения стандартов корпоративной коммуникации в практику деятельности компании.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Дисциплина *«Контент-менеджмент и SMM»* реализуется в *обязательной* части основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» *очной и заочной* формы обучения.

Изучение дисциплины *«Контент-менеджмент и SMM»* базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала дисциплины: *«Общая теория коммуникации»*.

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

- *«Коммуникация в некоммерческой сфере», «Визуальные решения в коммуникации», «Работа с информацией в сети интернет».*

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций:

- ОПК-1**
- ОПК-6**

в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования бакалавриата по направлению подготовки *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

	Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)		Результаты обучения

Коммуникация	ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностям и иных знаковых систем	ОПК2.1. Осуществляет мониторинг и отбор актуальной информации	Знать: правила создания медиатекстов Уметь: создавать медиатексты Владеть: навыками использования различных знаковых систем для создания медиатекста
			ОПК2.2. Ассистирует при разработке и осуществлении коммуникационных действий	
			ОПК-2.3 Владеет навыком разработки и осуществления коммуникационных действий	
Профессиональная компетентность	ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК2.1. Осуществляет мониторинг и отбор актуальной информации	Знать: современные технические средства Уметь: применять знание технических средств и технологий при планировании коммуникационных действиях Владеть: современными техническими средствами и информационно-коммуникационными технологиями
			ОПК2.2. Ассистирует при разработке и осуществлении коммуникационных действий	
			ОПК-2.3 Владеет навыком разработки и осуществления коммуникационных действий	

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 5 семестре, составляет 3 зачетных единиц.

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний о значении и принципах функционирования различных видов коммуникации в некоммерческой сфере, в первую очередь через использование СМИ с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков по следующим профессиональным стандартам: бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512, профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.08.2014 г. № 535н, примерной основной образовательной программы по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», включенной в реестр примерных основных образовательных программ

Задачи дисциплины:

1. Ознакомиться с принципами функционирования коммуникации в некоммерческой сфере.
2. Изучить существующие коммуникации в некоммерческой сфере.
3. Изучить особенности работы современных СМИ в некоммерческой сфере.
4. Сформировать представление о тенденциях журналистики и распространения информации в данной области.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования- программы бакалавриата

Дисциплина «Коммуникация в некоммерческой сфере» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Изучение дисциплины «Коммуникация в некоммерческой сфере» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин: «Введение в коммуникативные специальности», «Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия», «Общая теория коммуникации».

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

- Корпоративная коммуникация;
- Политические коммуникации и политический консалтинг;
- Правовые аспекты коммуникации.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных и профессиональных компетенций: ОПК-7; ПК-1; ПК-4; ПК-5 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

По итогам освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<p>ОПК-7.1. Знает актуальные тенденции развития принципов в социальной ответственности в мире и в России.</p> <p>ОПК-7.2. Умеет просчитывать результаты профессиональной деятельности в социальном плане.</p> <p>ОПК-7.3. Владеет навыками использования культурных знаний при осуществлении социальных связей.</p>	<p>Знать: актуальные тенденции развития принципов социальной ответственности в мире и стране</p> <p>Уметь: просчитывать результаты профессиональной деятельности в социальном плане</p> <p>Владеть: навыками использования культурных знаний при осуществлении коммуникационной активности</p>
	ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	<p>ПК 1.1 этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p> <p>ПК 1.2 результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p> <p>ПК 1.3 реализация коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p> <p>Уметь: просчитывать результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p> <p>Владеть: навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>
	ПК-4	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере	ПК-4.1. Знает этапы процесса разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации.	Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной

		коммуникации	<p>ПК-4.2. Умеет принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации.</p> <p>ПК-4.3. Владеет навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации.</p>	<p>ответственности</p> <p>Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>
	ПК-5.	Способен учитывать общечеловеческие ценности в процессе создания коммуникационного продукта	<p>ПК-5.1. Соотносит вопросы информационной повестки дня с общечеловеческими ценностями</p> <p>ПК-5.2. Определяет ценностные приоритеты при отборе освещаемых явлений и событий</p> <p>ПК-5.3. Придерживается общечеловеческих ценностей при создании коммуникационного продукта</p>	<p>Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации</p> <p>Уметь: принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации</p> <p>Владеть: навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации</p>

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 5 семестре, составляет 4 зачетные единицы.

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о сущности корпоративной коммуникации с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков в рамках организационно-управленческой задачи профессиональной деятельности выпускников.

Задачи дисциплины:

1. формирование системы знаний о сущности, структуре, теоретико-методологических основах дисциплины **«Работа с информацией в сети Интернет»**;
2. овладение навыками практического использования норм и принципов корпоративной коммуникации;
3. формирование представлений о формах, методах, направлениях и уровнях корпоративной коммуникации в России и в международной практике;
4. приобретение навыков внедрения стандартов корпоративной коммуникации в практику деятельности компании.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Дисциплина *«Работа с информацией в сети Интернет»* реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» очной и заочной формы обучения.

Изучение дисциплины *«Работа с информацией в сети Интернет»* базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала дисциплины: *«Введение в коммуникативные специальности»*.

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

- *«Поведение потребителей», «Интернет-маркетинг», «Маркетинговые исследования»*.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций:

ОПК-1
ОПК-2
ОПК-6
ОПК-7

в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенции	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	ОПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ОПК-1.1 Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ОПК-1.2 Уметь проводить коммуникационные кампании ОПК-1.3 Владеть навыком реализации коммуникационных проектов	Знать: правила создания медиатекстов Уметь: создавать медиатексты Владеть: навыками использования различных знаковых систем для создания медиатекста
Общество и государство	ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК2.1. Осуществляет мониторинг и отбор актуальной информации ОПК2.2. Ассистирует при разработке и осуществлении коммуникационных действий ОПК-2.3 Владеет навыком разработки и осуществления коммуникационных действий	Знать: правила мониторинга и отбора актуальной информации Уметь ассистировать при разработке и осуществлении коммуникационных действий Владеть технологиями оценки результатов коммуникационных действий
Аудитория	ОПК-6	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК4.1 Знать: актуальные запросы общества и аудитории ОПК4.2 Уметь: применять знание об актуальных потребностях общества при планировании коммуникационных действиях ОПК4.3 Владеть: навыками использования знаний об обществе при осуществлении	Знать: современные технические средства Уметь: применять знание технических средств и технологий при планировании коммуникационных действиях Владеть: современными техническими средствами и информационно-коммуникационным

			коммуникационной активности	и технологиями
Эффекты	ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1 Знать: актуальные тенденции развития принципов социальной ответственности в мире и стране ОПК7.2 Уметь: просчитывать результаты профессиональной деятельности в социальном плане ОПК7.3 Владеть: навыками использование культурных знаний при осуществлении коммуникационной активности	Знать: актуальные тенденции развития принципов социальной ответственности в мире и стране Уметь: просчитывать результаты профессиональной деятельности в социальном плане Владеть: навыками использование культурных знаний при осуществлении коммуникационной активности

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 6 семестре, составляет 4 зачетных единиц.

Б1.О.12.17	Корпоративная коммуникация
------------	----------------------------

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о сущности корпоративной коммуникации с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков в рамках организационно-управленческой задачи профессиональной деятельности выпускников.

Задачи дисциплины:

1. формирование системы знаний о сущности, структуре, теоретико-методологических основах дисциплины «Корпоративная коммуникация»;
2. овладение навыками практического использования норм и принципов корпоративной коммуникации;
3. формирование представлений о формах, методах, направлениях и уровнях корпоративной коммуникации в России и в международной практике;
4. приобретение навыков внедрения стандартов корпоративной коммуникации в практику деятельности компании.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Дисциплина «Корпоративная коммуникация» реализуется в *обязательной* части основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» очной формы обучения.

Изучение дисциплины «Корпоративная коммуникация» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала дисциплины: «Общая теория коммуникации».

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

- «Организационное развитие в коммуникации», «Деловая коммуникация и деловое письмо».

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: ОПК-2; ОПК-4; ОПК-7; ПК-1; ПК-4; ПК-5 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения
-----------------------	-----------------	--------------------------	--	---------------------

			компетенции	
Общество и государство	ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК2.1. Осуществляет мониторинг и отбор актуальной информации ОПК2.2. Ассистирует при разработке и осуществлении коммуникационных действий ОПК-2.3 Владеет навыком разработки и осуществления коммуникационных действий	Знать: правила мониторинга и отбора актуальной информации Уметь ассистировать при разработке и осуществлении коммуникационных действий Владеть технологиями оценки результатов коммуникационных действий
Аудитория	ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК4.1 Знать: актуальные запросы общества и аудитории ОПК4.2 Уметь: применять знание об актуальных потребностях общества при планировании коммуникационных действиях ОПК4.3 Владеть: навыками использования знаний об обществе при осуществлении коммуникационной активности	Знать: актуальные запросы общества и аудитории Уметь: применять знание об актуальных потребностях общества при планировании коммуникационных действиях Владеть: навыками использования знаний об обществе при осуществлении коммуникационной активности
Эффекты	ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1 Знать: актуальные тенденции развития принципов социальной ответственности в мире и стране ОПК7.2 Уметь: просчитывать результаты профессиональной	Знать: актуальные тенденции развития принципов социальной ответственности в мире и стране Уметь: просчитывать результаты

			деятельности в социальном плане ОПК7.3 Владеть: навыками использование культурных знаний при осуществлении коммуникационной активности	профессионально й деятельности в социальном плане Владеть: навыками использование культурных знаний при осуществлении коммуникационной активности
	ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК 1.1 этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК 1.2 результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК 1.3 реализация коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Уметь: просчитывать результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Владеть: навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
	ПК-5	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК5.1 Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 5.2 Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 5.3 Владеть: навыками реализации	Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации Уметь: принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного

			коммуникационног о продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	проекта в сфере коммуникации Владеть: навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации
	ПК-4	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК4.1 Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 4.2 Уметь: принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 4.3 Владеть: навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Владеть: навыками реализации коммуникационн ого продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 7 семестре, составляет 5 зачетных единиц.

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о сущности корпоративной коммуникации с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков в рамках организационно-управленческой задачи профессиональной деятельности выпускников.

Задачи дисциплины:

1. формирование системы знаний о сущности, структуре, теоретико-методологических основах дисциплины «**Политические коммуникации и политический консалтинг**»;
2. овладение навыками практического использования норм и принципов корпоративной коммуникации;
3. формирование представлений о формах, методах, направлениях и уровнях корпоративной коммуникации в России и в международной практике;
4. приобретение навыков внедрения стандартов корпоративной коммуникации в практику деятельности компании.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Дисциплина «*Политические коммуникации и политический консалтинг*» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» очной и заочной формы обучения.

Изучение дисциплины «*Политические коммуникации и политический консалтинг*» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала дисциплины: «*Введение в коммуникативные специальности*».

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

- «*Инновационные медиатехнологии в коммуникации*», «*Интернет-маркетинг*».

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: УК-5; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-5

в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
-----------------------	-----------------	--------------------------	--	---------------------

Коммуникация	УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Отмечает и анализирует особенности межкультурного взаимодействия (преимущества и возможные проблемные ситуации), обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем УК-5.2. Предлагает способы преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии УК-5.3. Определяет условия интеграции участников межкультурного взаимодействия для достижения поставленной цели с учетом исторического наследия и социокультурных традиций различных социальных групп, этносов и конфессий	Знать: структуру общественных, в том числе мультикультурных отношений Уметь: анализировать последствия профессиональной деятельности для жизни общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах Владеть: приемами использования межкультурных коммуникаций для осуществление медиапроектов
Анализ социальной ситуации	ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	Знать: правила мониторинга и отбора актуальной информации Уметь ассистировать при разработке и осуществлении коммуникационных действий Владеть технологиями оценки результатов коммуникационных действий

Уровень культуры	ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	Знать: актуальные тенденции развития мировой культуры Уметь: применять знание о культурных процессах при коммуникационных действиях Владеть: навыками использование культурных знаний при осуществлении коммуникационной активности
	ОПК-4	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Знать: актуальные запросы общества и аудитории Уметь: применять знание об актуальных потребностях общества при планировании коммуникационных действиях Владеть: навыками использование знаний об обществе при осуществлении коммуникационной активности
Знание тенденций коммуникаций	ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования,	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и	Знать: политических и экономических механизмов функционирования медиасистем Уметь: анализировать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира Владеть: навыками

		правовых и этических норм регулирования	региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	использования информации о медиасистемах в профессиональной деятельности
Социальная ответственность	ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	Знать: актуальные тенденции развития принципов социальной ответственности в мире и стране Уметь: просчитывать результаты профессиональной деятельности в социальном плане Владеть: навыками использование культурных знаний при осуществлении коммуникационной активности
Функциональная подготовка	ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-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 ПК-1.2. Осуществляет такти-ческое	Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Уметь: просчитывать результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Владеть: навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

			планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	мероприятий
	ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций
	ПК-5	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК5.1 этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 5.2 результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 5.3 технологии разработки и	Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации Уметь: принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации Владеть: навыками разработки и реализации

			реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации
--	--	--	---	--

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 7 семестре, составляет 5 зачетных единиц.

1.1. Цель и задачи дисциплины.

Цель дисциплины (модуля) «**Правовые аспекты коммуникаций**» заключается в получении обучающимися теоретических знаний о правовых явлениях в коммуникационной сфере с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков (формирование) по обеспечению способности использовать аспекты правовых знаний в проектной и производственно-прикладной сферах деятельности, а также выработка умений использовать нормативные правовые документы в своей деятельности.

Задачи дисциплины (модуля):

1. усвоение комплекса общетеоретических знаний о государственно-правовых явлениях;
2. формирование умения правильно толковать и применять общетеоретические знания для последующей практической деятельности;
3. научиться определять и прослеживать взаимосвязь основных категорий, отражающих особые свойства государства и права;
4. обучение навыкам практического применения нормативно-правовых актов в различных сферах жизнедеятельности, в том числе в профессиональной деятельности.

. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина (модуль) «**Правовые аспекты коммуникаций**» реализуется в обязательной части основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью** очной, заочной формам обучения.

Изучение дисциплины (модуля) «**Правовые аспекты коммуникаций**» базируется на знаниях и умениях, имеющихся у обучающихся и полученных ими ранее в ходе освоения дисциплин «Правоведение», «Социология», практик различного уровня..

Перечень последующих дисциплин (модулей), для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной (модулем): Преддипломная практика, подготовка и защита ВКР

1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций.

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: УК-2; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-7; ПК-1; ПК-3

В результате освоения дисциплины (модуля) студент должен демонстрировать следующие результаты образования:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать	УК2.1 Знать: этапы и принципы разработки и реализации правовых норм в сфере коммуникации	Знать: этапы и принципы разработки и реализации правовых норм в

		оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК2.2 Уметь: принимать результативное участие в действии в сфере коммуникации с учетом правовых норм, ресурсов и ограничений УК2.3 Владеть: навыками анализа ситуации в профессиональной сфере с позиции соблюдения правовых норм	сфере коммуникации Уметь: принимать результативное участие в действии в сфере коммуникации с учетом правовых норм, ресурсов и ограничений Владеть: навыками анализа ситуации в профессиональной сфере с позиции соблюдения правовых норм
Общество и государство	ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК2.1. Осуществляет мониторинг и отбор актуальной информации ОПК2.2. Ассистирует при разработке и осуществлении коммуникационных действий ОПК-2.3 Владеет навыком разработки и осуществления коммуникационных действий	Знать: правила мониторинга и отбора актуальной информации Уметь ассистировать при разработке и осуществлении коммуникационных действий Владеть технологиями оценки результатов коммуникационных действий
Аудитория	ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК4.1 Знать: актуальные запросы общества и аудитории ОПК4.2 Уметь: применять знание об актуальных потребностях общества при планировании коммуникационных действиях ОПК4.3 Владеть: навыками использование знаний об обществе при осуществлении коммуникационной активности	Знать: актуальные запросы общества и аудитории Уметь: применять знание об актуальных потребностях общества при планировании коммуникационных действиях Владеть: навыками использование знаний об обществе при осуществлении коммуникационной активности
	ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности	ОПК-5.1. совокупность политических,	Знать: политических и экономических

		тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	механизмов функционирования медиасистем Уметь: анализировать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира Владеть: навыками использования информации о медиасистемах в профессиональной деятельности
Эффекты	ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1 Знать: актуальные тенденции развития принципов социальной ответственности в мире и стране ОПК7.2 Уметь: просчитывать результаты профессиональной деятельности в социальном плане ОПК7.3 Владеть: навыками использования культурных знаний при осуществлении коммуникационной активности	Знать: актуальные тенденции развития принципов социальной ответственности в мире и стране Уметь: просчитывать результаты профессиональной деятельности в социальном плане Владеть: навыками использования культурных знаний при осуществлении коммуникационной активности
	ПК-1	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК1..1 Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПКО 1.2. Уметь: использовать на практике совокупность	Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Уметь: просчитывать результаты

			<p>принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>ПК 1.3 Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>	<p>реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p> <p>Владеть: навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>
	ПК3	<p>Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации</p>	<p>ПК3.1 Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации</p> <p>ПК3.2 Уметь: принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации</p> <p>ПК 3.3 Владеть: навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации</p>	<p>Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов</p> <p>Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций</p> <p>Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций</p>

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1. Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 5 зачетных единиц.

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о сущности корпоративной коммуникации с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков в рамках организационно-управленческой задачи профессиональной деятельности выпускников.

Задачи дисциплины:

1. формирование системы знаний о сущности, структуре, теоретико-методологических основах дисциплины **«Инновационные медиатехнологии в коммуникации»**;
2. овладение навыками практического использования норм и принципов корпоративной коммуникации;
3. формирование представлений о формах, методах, направлениях и уровнях корпоративной коммуникации в России и в международной практике;
4. приобретение навыков внедрения стандартов корпоративной коммуникации в практику деятельности компании.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Дисциплина *«Инновационные медиатехнологии в коммуникации»* реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» *очной и заочной* формы обучения.

Изучение дисциплины *«Инновационные медиатехнологии в коммуникации»* базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала дисциплины: *«Общая теория коммуникации»*.

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

- *«Основы маркетинга и маркетинговых исследований»*, *«Технологии брендинга»*.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций:

УК-2; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-7; ПК-1; ПК-3

в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	<p>УК2.1 Анализирует этапы и принципы разработки и реализации правовых норм в сфере коммуникации и</p> <p>УК2.2 принимает результативное участие в действиях в сфере коммуникации и с учетом правовых норм, ресурсов и ограничений</p> <p>УК2.3 Владеет навыками анализа ситуации в профессиональной сфере с позиции соблюдения правовых норм</p>	<p>Знать: этапы и принципы разработки и реализации правовых норм в сфере коммуникации</p> <p>Уметь: принимать результативное участие в действиях в сфере коммуникации с учетом правовых норм, ресурсов и ограничений</p> <p>Владеть: навыками анализа ситуации в профессиональной сфере с позиции соблюдения правовых норм</p>
Коммуникация в обществе	ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или)	<p>ОПК2.1. тенденции развития общественных и государственных институтов</p> <p>ОПК2.2 разностороннее освещение социальных</p>	<p>Знать: правила мониторинга и отбора актуальной информации</p> <p>Уметь ассистировать при разработке и осуществлении коммуникационных действий</p>

		медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	тенденций в создаваемых медиатекстах. ОПК2.3. Оценки результатов коммуникационных действий	Владеть технологиями оценки результатов коммуникационных действий
	ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК4.1 Знать: актуальные запросы общества и аудитории ОПК4.2 Уметь: применять знание об актуальных потребностях общества при планировании коммуникационных действиях ОПК4.3 Владеть: навыками использование знаний об обществе при осуществлении коммуникационной активности	Знать: актуальные запросы общества и аудитории Уметь: применять знание об актуальных потребностях общества при планировании коммуникационных действиях Владеть: навыками использование знаний об обществе при осуществлении коммуникационной активности
	ОПК-5	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном	Знать: политических и экономических механизмов функционирования медиасистем Уметь: анализировать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона,

		<p>уровнях ОПК-5.2.</p> <p>Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>	<p>страны и мира</p> <p>Владеть:</p> <p>навыками использования информации о медиасистемах в профессиональной деятельности</p>
ОПК-7	<p>Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>ОПК-7.1</p> <p>Знать:</p> <p>актуальные тенденции развития принципов социальной ответственности в мире и стране</p> <p>ОПК7.2 Уметь:</p> <p>просчитывать результаты профессиональной деятельности в социальном плане</p> <p>ОПК7.3</p> <p>Владеть:</p> <p>навыками использование культурных знаний при осуществлении коммуникационной активности</p>	<p>Знать:</p> <p>актуальные тенденции развития принципов социальной ответственности в мире и стране</p> <p>Уметь:</p> <p>просчитывать результаты профессиональной деятельности в социальном плане</p> <p>Владеть:</p> <p>навыками использование культурных знаний при осуществлении коммуникационной активности</p>
ПК-1	<p>Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний,</p>	<p>ПК 1.1 этапы и механизмы реализации коммуникационных</p>	<p>Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных</p>

		проектов и мероприятий	кампаний, проектов и мероприятий ПК 1.2 результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК 1.3 реализация коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	кампаний, проектов и мероприятий Уметь: просчитывать результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Владеть: навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
Профессиональная ответственность	ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 8 семестре, составляет 4 зачетных единиц

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о сущности организационной коммуникации с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков в рамках организационно-управленческой задачи профессиональной деятельности выпускников.

Задачи дисциплины:

1. формирование системы знаний о сущности, структуре, теоретико-методологических основах дисциплины «Организационное развитие в коммуникации»;
2. овладение навыками практического использования норм и принципов организационной коммуникации;
3. формирование представлений о формах, методах, направлениях и уровнях корпоративной коммуникации в России и в международной практике;
4. приобретение навыков внедрения стандартов корпоративной коммуникации в практику деятельности компании.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Дисциплина «Организационное развитие в коммуникации» реализуется в обязательной части основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» очной и заочной форм обучения.

Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала дисциплины: «Общая теория коммуникации». «Деловая коммуникация и деловое письмо». «Корпоративные коммуникации»

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций:

УК-1; УК-2; УК-3; УК-6; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-7; ПК-1; ПК-3; ПК-5

в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Коммуникация	УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять	УК-1.1. Знать: принципы сбора, отбора и обобщения информации УК-1.2. Уметь: соотносить разнородные	Знать: принципы сбора, отбора и обобщения информации Уметь: соотносить

		системный подход для решения поставленных задач	явления и систематизировать их в рамках избранных видов профессиональной деятельности УК-1.3. Владеть: практическим опытом работы с информационными источниками, опыт научного поиска, создания научных текстов	разнородные явления и систематизировать их в рамках избранных видов профессиональной деятельности . Владеть: практическим опытом работы с информационным и источниками, опыт научного поиска, создания научных текстов
	УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК2.1 Знать: этапы и принципы разработки и реализации правовых норм в сфере коммуникации УК2.2 Уметь: принимать результативное участие в действиях в сфере коммуникации с учетом правовых норм, ресурсов и ограничений УК2.3 Владеть: навыками анализа ситуации в профессиональной сфере с позиции соблюдения правовых норм	Знать: этапы и принципы разработки и реализации правовых норм в сфере коммуникации Уметь: принимать результативное участие в действиях в сфере коммуникации с учетом правовых норм, ресурсов и ограничений Владеть: навыками анализа ситуации в профессиональной сфере с позиции соблюдения правовых норм
	УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК3.1. особенности социального взаимодействия в профессиональной сфере, принципы формирования команды. УК-3.2 создание команды, руководить осуществлением профессиональных функций в области	Знать: особенности социального взаимодействия в профессиональной сфере, принципы формирования команды. Уметь: создавать команду, руководить осуществлением профессиональных функций в области

			рекламы и связей с общественностью УК-3.2 технологии взаимодействия с участниками профессиональной деятельности, коллегами, партнерами, со СМИ, блогерами,	рекламы и связей с общественностью Владеть: технологиями взаимодействия с участниками профессиональной деятельности, коллегами, партнерами, со СМИ, блогерами
	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей УК-6.2. Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста УК-6.3. Оценивает требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста	Знать: технологии управления временем Уметь: использовать технологии управления временем в профессиональной деятельности Владеть: навыками стратегического планирования
Общество и государство	ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или)	ОПК2.1. Осуществляет мониторинг и отбор актуальной информации ОПК2.2. Ассистирует при разработке и осуществлении	Знать: правила мониторинга и отбора актуальной информации Уметь ассистировать при разработке и

		медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	коммуникационных действий ОПК-2.3 Владеет навыком разработки и осуществления коммуникационных действий	осуществлении коммуникационных действий Владеть технологиями оценки результатов коммуникационных действий
Аудитория	ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК4.1 Знать: актуальные запросы общества и аудитории ОПК4.2 Уметь: применять знание об актуальных потребностях общества при планировании коммуникационных действиях ОПК4.3 Владеть: навыками использование знаний об обществе при осуществлении коммуникационной активности	Знать: актуальные запросы общества и аудитории Уметь: применять знание об актуальных потребностях общества при планировании коммуникационных действиях Владеть: навыками использование знаний об обществе при осуществлении коммуникационной активности
Эффекты	ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1 Знать: актуальные тенденции развития принципов социальной ответственности в мире и стране ОПК7.2 Уметь: просчитывать результаты профессиональной деятельности в социальном плане ОПК7.3 Владеть: навыками использование культурных знаний при осуществлении коммуникационной активности	Знать: актуальные тенденции развития принципов социальной ответственности в мире и стране Уметь: просчитывать результаты профессиональной деятельности в социальном плане Владеть: навыками использование культурных знаний при осуществлении коммуникационной активности
	ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний,	ПК 1.1 этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний,	Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний,

		проектов и мероприятий	проектов и мероприятий ПК 1.2 результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК 1.3 реализация коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	проектов и мероприятий Уметь: просчитывать результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Владеть: навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
	ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций
	ПК-5	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК5.1 этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 5.2 результативное участие в разработке и реализации индивидуального	Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации Уметь: принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального

			и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 5.3 технологии разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации Владеть: навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации
--	--	--	--	--

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 8 семестре, составляет 4 зачетных единицы

**Б1.В.01 Теория и практика
рекламы**

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических и практических знаний о сущности рекламы как социального процесса и бизнес-процесса с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков в рамках организационно-управленческой задачи профессиональной деятельности выпускников.

Задачи дисциплины:

1. формирование системы знаний о сущности, структуре, теоретико-методологических основах рекламы
2. овладение навыками практического использования технологий рекламы;
3. формирование представлений о формах, методах, направлениях рекламы;
4. приобретение навыков внедрения современных стандартов рекламу в практику деятельности компании.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Дисциплина «Теория и практика рекламы» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» очной и заочной формы обучения.

Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала дисциплины: «История рекламы», «Копирайтинг»

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной: «Организация и проведение специальных событий»

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций:

ПК-2

в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен продемонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты занятия
-----------------------	-----------------	--------------------------	--	--------------------

Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта	ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК2.1 Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 2.2 Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 3.3 Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Знать специфику разных типов ценностей Уметь анализировать имеющийся мировой и отечественный опыт в части продвижения социальных ценностей Владеть Технологиями авторской деятельности в области создания коммуникационного продукта
---	------	--	--	--

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 2 семестре, составляет 4 зачетных единиц. По дисциплине предусмотрен *экзамен*.

Б1.В.02. Теория и практика связей с общественностью

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических и практических знаний о сущности связей с общественностью (или пиара, публич рилейшнз) как социального и бизнес-процесса с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков в рамках организационно-управленческой задачи профессиональной деятельности выпускников.

Задачи дисциплины:

1. формирование системы знаний о сущности, структуре, теоретико-методологических основах связей с общественностью
2. овладение навыками практического использования технологий связей с общественностью;

3. формирование представлений о формах, методах, направлениях связи с общественностью;

4. приобретение навыков внедрения современных стандартов пиара в практику деятельности компании.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Дисциплина «Теория и практика связей с общественностью» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» очной и заочной формы обучения.

Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала дисциплины: «История рекламы», «Копирайтинг»

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной: «Организация и проведение специальных событий»

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций:

ПК-2

ПК-4

ОПК-1

ОПК-2

в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	ОПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ОПК-1.1 Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ОПК-1.2 Уметь проводить коммуникационные кампании ОПК 1.3 Владеть навыком реализации коммуникационных проектов	Знать: правила создания Уметь: создавать медиатекст Владеть: навыками исполнения различных знаковых систем создания медиатекста
Общество и государство	ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в	ОПК2.1. Осуществляет мониторинг и отбор актуальной информации ОПК2.2. Ассистирует при разработке и осуществлении коммуникационных действий ОПК-2.3 Владеет навыком	Знать: правила мониторинга и отбора актуальной информации Уметь ассистировать при разработке и осуществлении коммуникационных действий Владеть технологиями оценки результатов коммуникации

		создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	разработки и осуществления коммуникационных действий	действий
Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта	ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК2.1 Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 2.2 Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 3.3 Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	
Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-4	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК4.1 Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 4.2 Уметь: принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 4.3 Владеть: навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 4 семестре, составляет 4 зачетных единиц. По дисциплине предусмотрен экзамен.

Б1. В.03 Стратегический Маркетинг

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины «Стратегический маркетинг» заключается в получении обучающимися теоретических знаний о средствах, методах и приемах маркетинга, в том числе маркетинговых коммуникаций, с их последующим применением в профессиональной сфере и формировании практических навыков маркетинговой деятельности организации.

Задачи учебной дисциплины:

1. Знать основные средства, принципы и методы маркетинга.
2. Сформировать представление о процессе и системе управления маркетингом.
3. Знать основные виды маркетинговых коммуникаций, инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций.
4. Уметь формулировать требования к проведению маркетинговых исследований по сбору первичной информации различными методами.
5. Уметь рассчитывать розничные цены на основе исходных данных, определять оптимальные каналы сбыта различных товаров.
6. Уметь разрабатывать комплекс маркетинга для потребительских товаров.
7. Приобрести первичные навыки разработки условий маркетинговых мероприятий в области личной продажи, методов стимулирования сбыта и других видов маркетинговых коммуникаций.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата

Учебная дисциплина «Стратегический маркетинг» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений, основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Маркетинговые коммуникации» очной и заочной форм обучения.

Изучение учебной дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала следующих учебных дисциплин:

- Общая теория коммуникации;
- Психотехнологии коммуникативного менеджмента;
- Экономика;
- Социология;
- Креативные технологии;
- Стилистика и литературное редактирование;
- Проектная деятельность;
- Работа с современными редакторами контента и др.

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

- Маркетинговые исследования;
- Поведение потребителей;
- Личные продажи;
- Методы стимулирования сбыта;
- Технологии брендинга;
- Организация и проведение специальных событий;
- Выставочно-ярмарочная деятельность;

- Корпоративная коммуникация;
- Интернет-маркетинг и т.д.

1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных компетенций: ПКО-2 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования - программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
	ПК-2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	<p>ПК 2.1. Осуществляет авторскую деятельность в области медиа</p> <p>ПК 2.2. анализирует имеющийся мировой и отечественный опыта в медиа</p> <p>ПК 2.3. Понимает специфику различных типов СМИ и других медиа</p>	<p>Знать специфику разных типов СМИ и других медиа</p> <p>Уметь анализировать имеющийся мировой и отечественный опыта</p> <p>Владеть Технологиями авторской деятельности в области медиа</p>

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины «Стратегический маркетинг», изучаемой при очной форме обучения в 4 семестре, при заочной форме обучения - в 2, 3 семестрах, составляет 4 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен экзамен.

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о сущности создания видео-рекламы с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков в рамках организационно-управленческой задачи профессиональной деятельности выпускников.

Задачи дисциплины:

1. формирование системы знаний о сущности, структуре, теоретико-методологических основах дисциплины *«Видео-реклама»*;
2. овладение навыками практического создания видеорекламного продукта (ВВРП) в различных сферах.
3. формирование представлений о формах, методах, направлениях и уровнях ВРП в России и в международной практике;
4. приобретение навыков внедрения эффективной деятельности по созданию ВРП в практику деятельности компании, прежде всего в маркетинговом аспекте.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Дисциплина *«Видео-реклама»* реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» очной и заочной формы обучения.

Изучение дисциплины *«Видео-реклама»* базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала дисциплины: *«Основы маркетинга и маркетинговых коммуникаций»*.

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

- *«Маркетинговые исследования»*, *«Технологии брендинга»*, *«Активные продажи»*.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций:

ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5

в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен продемонстрировать следующие результаты:

Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты занятия
ПК-2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	<p>ПК 2.1. Осуществляет авторскую деятельность в области медиа</p> <p>ПК 2.2. анализирует имеющийся мировой и отечественный опыта в медиа</p> <p>ПК 2.3. Понимает специфику различных типов СМИ и других медиа</p>	<p>Знать специфику разных типов СМИ и других медиа</p> <p>Уметь анализировать имеющийся мировой и отечественный опыт</p> <p>Владеть Технологиями авторской деятельности в области медиа</p>
ПК-3	способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	<p>ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов</p> <p>ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций</p> <p>ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций</p>	<p>Знать: проблемы управления рисками</p> <p>Уметь: осуществлять корректировку и контроль коммуникационных мероприятий</p> <p>Владеть: процессом организации мероприятия, включая (состоящего) семь аспектов экспертизы: коммерческой, технической, институциональный, экологический, социальный, финансовый и экономический</p>

ПК-4	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и коВРПоративной социальной ответственности	ПК4.1 суть принципов открытости, доверия и коВРПоративной социальной ответственности ПК 4.2 совокупность принципов открытости, доверия и коВРПоративной социальной ответственности ПК 4.3 реализация коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и коВРПоративной социальной ответственности	Знать: суть принципов открытости, доверия и коВРПоративной социальной ответственности Уметь: использовать в практике совокупности принципов открытости, доверия и коВРПоративной социальной ответственности Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и коВРПоративной социальной ответственности
ПК-5	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК5.1 этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 5.2 результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 5.3 технологии разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации Уметь: принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации Владеть: навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 5 семестре, составляет 4 зачетных единиц. По дисциплине предусмотрен *зачет*.

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о сущности спонсорства и фандрайзинга с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков в рамках организационно-управленческой задачи профессиональной деятельности выпускников.

Задачи дисциплины:

1. формирование системы знаний о сущности, структуре, теоретико-методологических основах дисциплины «*Организация работы коммуникационного агентства*»;
2. овладение навыками практического использования норм и принципов организации работы коммуникационного агентства;
3. формирование представлений о формах, методах коммуникационной деятельности;
4. приобретение навыков внедрения стандартов коммуникационной деятельности в практику агентства.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Дисциплина «*Организация работы коммуникационного агентства*» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» очной формы обучения.

Изучение дисциплины «*Организация работы коммуникационного агентства*» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала дисциплины: «*Теория и практика рекламы*», «*Теория и практика связей с общественностью*».

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций: ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*.

профессиональных компетенций: ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой по направлению подготовки «**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**».

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код компетенции	Содержание компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	способность	ПК 1.1 этапы и механизмы реализации	Знать: специфику организации и медиа сопровождения

ПК-1	планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия	коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК 1.2 результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК 1.3 реализация коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	мероприятий
			Уметь: планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия
			Владеть: основными технологиями рекламной, выставочной, event-деятельности
ПК-2	способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность	ПК 2.1. Осуществляет авторскую деятельность в области медиа ПК 2.2. анализирует имеющийся мировой и отечественный опыта в медиа ПК 2.3. Понимает специфику различных типов СМИ и других медиа	Знать: характер процессов обеспечения качества и эффективности мероприятий
			Уметь: управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий
			Владеть: методами планирования и проведения мероприятий
ПК-3	способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Знать: проблемы управления рисками Уметь: осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий Владеть: процессом анализа мероприятия, включающего семь аспектов экспертизы: коммерческий, технический, институциональный, экологический, социальный, финансовый и экономический

ПК-4	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК4.1 суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.2 совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.3 реализация коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности
ПК-5	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК5.1 этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 5.2 результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 5.3 технологии разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации Уметь: принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации Владеть: навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 5 семестре, составляет 4 зачетных единиц.

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины «Поведение потребителей» заключается в получении обучающимися теоретических знаний о потребительских решениях в процессе покупки и потребления товара с их последующим применением в профессиональной сфере и формировании практических навыков управления покупательским поведением.

Задачи учебной дисциплины:

1. знать модель покупательского поведения, процесс принятия решения о покупке, факторы, влияющие на поведение потребителя;
2. знать специфику принятия потребительских решений при покупке новых товаров, услуг, а также при покупках в Интернете;
3. уметь выявлять важнейшие факторы, оказывающие влияние на потребителей в различных ситуациях покупки;
4. овладеть навыками составления рекламных и PR-обращений для стимулирования продаж с целью управления поведением потребителей;
5. сформировать представление об особенностях делового рынка и покупательского поведения организаций.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата

Учебная дисциплина *«Поведение потребителей»* реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений, основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Маркетинговые коммуникации» очной и заочной форм обучения.

Изучение учебной дисциплины *«Поведение потребителей»* базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала следующих учебных дисциплин:

- Социология;
- Экономика;
- Общая теория коммуникации;
- Психотехнологии коммуникативного менеджмента;
- Основы маркетинга и маркетинговых коммуникаций;
- Креативные технологии и др.

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

- Маркетинговые исследования;
- Личные продажи;
- Выставочно-ярмарочная деятельность;
- Корпоративная коммуникация;
- Интернет-маркетинг и т.д.

1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных и профессиональных компетенций: ОПК-1, ОПК-2, ПК-2, ПК-4 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования - программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «*Реклама и связи с общественностью*».

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты занятия
ОПК1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1 создание медиатекстов ОПК1.2 востребованные обществом и индустрией медиатексты ОПК1.3 использование различных знаковых систем для создания медиатекста	Знать: правила создания медиатекстов Уметь: создавать медиатексты Владеть: навыками использования различных знаковых систем для создания медиатекста
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК2.1. тенденции развития общественных и государственных институтов ОПК2.2 разностороннее освещение социальных тенденций в создаваемых медиатекстах. ОПК3.3. Оценки результатов коммуникационных действий	Знать: правила мониторинга и отбора актуальной информации Уметь ассистировать при разработке и осуществлении коммуникационных действий Владеть технологиями оценки результатов коммуникационных действий

ПК-2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	<p>ПК 2.1. Осуществляет авторскую деятельность в области медиа</p> <p>ПК 2.2. анализирует имеющийся мировой и отечественный опыта в медиа</p> <p>ПК 2.3. Понимает специфику различных типов СМИ и других медиа</p>	<p>Знать специфику разных разных типов СМИ и других медиа</p> <p>Уметь анализировать имеющийся мировой и отечественный опыта</p> <p>Владеть Технологиями авторской деят ельности в области медиа</p>
ПК-4	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	<p>ПК4.1 суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>ПК 4.2 совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>ПК 4.3 реализация коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>	<p>Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины «Поведение потребителей», изучаемой при очной форме обучения в 4 семестре, при заочной форме обучения - в 3, 4 семестрах, составляет 4 зачетные единицы

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о роли и месте медиа-релейшнз (МР) в системе организации коммуникаций, а так же о технологиях работы современных пресс-служб коммерческих, государственных и некоммерческих организаций, с последующим применением в профессиональной сфере практических навыков.

Задачи учебной дисциплины:

1. Ознакомить с принципами функционирования МР
2. Изучить ключевые инструменты работы системы МР
3. Изучить организацию и управлению процессом МР
4. Дать представление о тенденциях в системе внутренних и внешних коммуникаций

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы бакалавриата

Дисциплина «Медиа-релейшнз» реализуется в **базовой** части в части, формируемой участниками образовательных отношений, основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»** очной и заочной форм обучения.

Изучение дисциплины «**Медиа-релейшнз**» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин: «Введение в коммуникативные специальности», «Профессиональные творческие студии», «Психотехнологии коммуникативного менеджмента»,

Изучение дисциплины «**Релейшнз**» является базовым для последующего освоения программного материала дисциплин: «Копирайтинг», «Современная пресс-служба», а также для всех видов учебной и производственной практики.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих, **обще**профессиональных и **профессиональных** компетенций: ПК-2 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой по направлению подготовки **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория общепрофессиональных компетенций	Код общепрофессиональной компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции	Результаты занятия
Продвижение социально значимых ценностей с	ПК-2	Способен строить свою	ПК2.1 Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной	Знать специфику разных типов ценностей Уметь анализировать имеющийся мир

помощью коммуникационного продукта		профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	социальной ответственности ПК 2.2 Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 3.3 Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	части продвижения социальных ценностей Владеть Технологиями авторской деятельности коммуникационного продукта
------------------------------------	--	--	--	---

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 7 семестре, составляет 4 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен *экзамен*.

Б1.В.10	Методы стимулирования сбыта
---------	-----------------------------

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины «Методы стимулирования сбыта» заключается в получении обучающимися знаний о стимулировании сбыта как цепи потребительских решениях в процессе покупки и потребления товара с их последующим применением в профессиональной сфере, а также формировании практических навыков управления покупательским поведением.

Задачи учебной дисциплины:

6. знать модель покупательского поведения, процесс принятия решения о покупке, факторы, влияющие на поведение потребителя;
7. знать специфику принятия потребительских решений при покупке новых товаров, услуг, а также при покупках в Интернете;
8. уметь выявлять важнейшие факторы, оказывающие влияние на потребителей в различных ситуациях покупки;
9. овладеть навыками составления рекламных и PR-обращений для стимулирования продаж с целью управления сбытом;
10. сформировать представление об особенностях стимулирования сбыта как совокупности решений и мероприятий.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата

Учебная дисциплина *«Методы стимулирования сбыта»* реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений, основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность *«Маркетинговые коммуникации»* очной и заочной форм обучения.

Изучение учебной дисциплины *«Методы стимулирования сбыта»* базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала следующих учебных дисциплин:

- Социология;
- Экономика;
- Общая теория коммуникации;
- Психотехнологии коммуникативного менеджмента;
- Основы маркетинга и маркетинговых коммуникаций;
- Креативные технологии и др.

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

- Маркетинговые исследования;
- Личные продажи;
- Выставочно-ярмарочная деятельность;
- Корпоративная коммуникация;
- Интернет-маркетинг и т.д.

1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных и профессиональных компетенций: ОПК-1, ОПК-2, ПК-2, ПК-4 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования - программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *«Реклама и связи с общественностью»*.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты занятия
------------------------	---------------------------------	---	---------------------------

ОПК1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1 создание медиатекстов ОПК1.2 востребованные обществом и индустрией медиатексты ОПК1.3 использование различных знаковых систем для создания медиатекста	Знать: правила создания медиатекстов Уметь: создавать медиатексты Владеть: навыками использования различных знаковых систем для создания медиатекста
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК2.1. тенденции развития общественных и государственных институтов ОПК2.2 разностороннее освещение социальных тенденций в создаваемых медиатекстах. ОПК3.3. Оценки результатов коммуникационных действий	Знать: правила мониторинга и отбора актуальной информации Уметь ассистировать при разработке и осуществлении коммуникационных действий Владеть технологиями оценки результатов коммуникационных действий

ПК-2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	<p>ПК 2.1. Осуществляет авторскую деятельность в области медиа</p> <p>ПК 2.2. анализирует имеющийся мировой и отечественный опыта в медиа</p> <p>ПК 2.3. Понимает специфику различных типов СМИ и других медиа</p>	<p>Знать специфику разных разных типов СМИ и других медиа</p> <p>Уметь анализировать имеющийся мировой и отечественный опыта</p> <p>Владеть Технологиями авторской деят ельности в области медиа</p>
ПК-4	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	<p>ПК4.1 суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>ПК 4.2 совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>ПК 4.3 реализация коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>	<p>Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины «Методы стимулирования сбыта», изучаемой при очной форме обучения в 6 семестре, при заочной форме обучения - на 4 курсе, составляет 3 зачетные единицы

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины «Технологии брендинга» заключается в получении обучающимися теоретических знаний о средствах, методах и приемах брендинга, как важнейшей части маркетинговых коммуникаций, с их последующим применением в профессиональной сфере и формировании практических навыков маркетинговой деятельности организации.

Задачи учебной дисциплины:

8. Знать основные средства, принципы и методы брендинга.
9. Сформировать представление о процессе и системе управления маркетингом.
10. Знать основные виды маркетинговых коммуникаций, инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций.
11. Уметь формулировать требования к проведению маркетинговых исследований по сбору первичной информации различными методами.
12. Уметь рассчитывать розничные цены на основе исходных данных, определять оптимальные каналы сбыта различных товаров.
13. Уметь разрабатывать комплекс брендинга для потребительских товаров.
14. Приобрести первичные навыки разработки условий бренд-мероприятий в области личной продажи, методов стимулирования сбыта и других видов маркетинговых коммуникаций.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата

Учебная дисциплина «Технологии брендинга» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений, основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Маркетинговые коммуникации» очной и заочной форм обучения.

Изучение учебной дисциплины «Технологии брендинга» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала следующих учебных дисциплин:

- Общая теория коммуникации;
- Психотехнологии коммуникативного менеджмента;
- Экономика;
- Социология;
- Креативные технологии;
- Стилистика и литературное редактирование;
- Проектная деятельность;
- Работа с современными редакторами контента и др.

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

- Брендинговые исследования;
- Поведение потребителей;
- Личные продажи;
- Методы стимулирования сбыта;
- Технологии брендинга;
- Организация и проведение специальных событий;
- Выставочно-ярмарочная деятельность;

- Корпоративная коммуникация;
- Интернет-маркетинг и т.д.

1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных компетенций: ПКО-2 в соответствии с основной

профессиональной образовательной программой высшего образования - программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Профессиональные	ПК-2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК 2.1. Осуществляет авторскую деятельность в области медиа ПК 2.2. анализирует имеющийся мировой и отечественный опыт в медиа ПК 2.3. Понимает специфику различных типов СМИ и других медиа	Знать специфику разных типов СМИ и других медиа Уметь анализировать имеющийся мировой и отечественный опыта Владеть Технологиями авторской деятельности в области медиа

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины «Технологии брендинга», изучаемой при очной форме обучения в 3 семестре, при заочной форме обучения - в 2, 3 семестрах, составляет 4 зачетные единицы.

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о сущности спонсорства и фандрайзинга с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков в рамках организационно-управленческой задачи профессиональной деятельности выпускников.

Задачи дисциплины:

1. формирование системы знаний о сущности, структуре, теоретико-методологических основах дисциплины «Спонсорство и фандрайзинг»;
2. овладение навыками практического использования норм и принципов фандрайзинга;
3. формирование представлений о формах, методах, направлениях фандрайзинга;
4. приобретение навыков внедрения стандартов спонсорства и фандрайзинга в практику деятельности компании.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Дисциплина «Спонсорство и фандрайзинг» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» очной формы обучения.

Изучение дисциплины «Спонсорство и фандрайзинг» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала дисциплины: «Теория и практика рекламы», «Теория и практика связей с общественностью».

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций:

- ПК-2
- ПК-3
- ПК-4
- ПК-5

в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен продемонстрировать следующие результаты:

Профессиональное мастерство	ПК-2	Способен осуществлять авторскую	ПК 2.1. Осуществляет авторскую	Знать специфику разных разных типов СМИ
-----------------------------	------	---------------------------------	--------------------------------	---

		деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	деятельность в области медиа ПК 2.2. анализирует имеющийся мировой и отечественный опыт в медиа ПК 2.3. Понимает специфику различных типов СМИ и других медиа	и других медиа Уметь анализировать имеющийся мировой и отечественный опыта Владеть Технологиями авторской деятельности в области медиа
	ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций
	ПК-4	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК4.1 суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.2 совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.3 реализация коммуникационного	Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

			о продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Владеть: навыками реализации коммуникационног о продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности
	ПК-5	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК5.1 этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 5.2 результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 5.3 технологии разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации Уметь: принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации Владеть: навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 7 семестре, составляет 4 зачетных единиц.

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о сущности международных коммуникации с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков в рамках организационно-управленческой задачи профессиональной деятельности выпускников.

Задачи дисциплины:

1. формирование системы знаний о сущности, структуре, теоретико-методологических основах дисциплины «Международные коммуникации»;
2. овладение навыками практического использования норм и принципов международной коммуникации;
3. формирование представлений о формах, методах, направлениях и уровнях коммуникации в международной практике;
4. приобретение навыков внедрения международных стандартов коммуникации в практику деятельности компании.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Дисциплина «*Международные коммуникации*» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» очной формы обучения.

Изучение дисциплины «*Международные коммуникации*» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала дисциплины: «*Теория и практика рекламы*», «*Теория и практика связей с общественностью*».

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций:

ПК-2

ПК-3

ПК-4

ПК-5

в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Профессиональное мастерство	ПК-2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	<p>ПК 2.1. Осуществляет авторскую деятельность в области медиа</p> <p>ПК 2.2. анализирует имеющийся мировой и отечественный опыта в медиа</p> <p>ПК 2.3. Понимает специфику различных типов СМИ и других медиа</p>	<p>Знать специфику разных разных типов СМИ и других медиа</p> <p>Уметь анализировать имеющийся мировой и отечественный опыта</p> <p>Владеть Технологиями авторской деятельности в области медиа</p>
	ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	<p>ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов</p> <p>ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций</p> <p>ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций</p>	<p>Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов</p> <p>Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций</p> <p>Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций</p>
	ПК-4	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	<p>ПК4.1 суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>ПК 4.2 совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной</p>	<p>Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и</p>

			ответственности ПК 4.3 реализация коммуникационн о продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	корпоративной социальной ответственности Владеть: навыками реализации коммуникационн о продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности
	ПК-5	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуальног о и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК5.1 этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 5.2 результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 5.3 технологии разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации Уметь: принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации Владеть: навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 8 семестре, составляет 4 зачетных единиц.

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о системе современного коммуникационного процесса; тенденциях, сопровождающих ее формирование и развитие с последующим применением в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины:

1. систематизированное изложение исторических основ возникновения и развития теории коммуникации, ее современного состояния в широком научном контексте, включающем методологические, философские, социо-психологические, семиотические, лингвистические аспекты;
2. освоение базового научного аппарата современной коммуникативистики, методов исследования коммуникации;
3. освещение основных направлений прикладных исследований в современной теории коммуникации, прагматических аспектов вербальной (устной и письменной) и невербальной коммуникации;
4. выработка у бакалавров умений и навыков эффективного взаимодействия, определяющих высокий уровень коммуникативной компетентности в сферах профессионально ориентированной коммуникации.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы *бакалавриата*

Дисциплина «Человек в коммуникативном пространстве» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений части основной образовательной программы по направлению подготовки «42.03.01. Реклама и связи с общественностью» очной и заочной формам обучения.

Изучение дисциплины «Человек в коммуникативном пространстве» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин: «Философия», «Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия».

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

- Общая теория коммуникации
- Исследования в коммуникации

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной образовательной программы – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных компетенций: УК-5, УК-6, ПК-4 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения

Межкультурное взаимодействие	УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1 Знает различия этнических особенностей, традиций и культур	Знать: структуру общественных, в том числе мультикультурных отношений Уметь: анализировать последствия профессиональной деятельности для жизни общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах Владеть: приемами использования межкультурных коммуникаций для осуществление медиапроектов
			УК-5.2 Умеет осуществлять деятельность в кросс-культурном пространстве	
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1 Знает этический кодекс профессии	Знать: технологии управления временем Уметь: использовать технологии управления временем в профессиональной деятельности
			УК-6.2 Умеет организовывать свою рабочую обстановку, выбирать инструменты для достижения целей.: действовать в нестандартных ситуациях	
			УК-6.3 Владеет базовыми навыками саморазвития.	Владеть: навыками стратегического планирования
Профессиональное мастерство	ПК-4	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК4.1 суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.2 совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной	Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости,

			социальной ответственности ПК 4.3 реализация коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	доверия и корпоративной социальной ответственности Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности
--	--	--	--	---

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 1 семестре, составляет 2 зачетные единицы

Б1.В.ДВ.01.02	Коммуникации в социальном пространстве и времени
---------------	--

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о системе современного коммуникационного процесса; тенденциях, сопровождающих ее формирование и развитие с последующим применением в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины:

1. систематизированное изложение исторических основ возникновения и развития теории коммуникации, ее современного состояния в широком научном контексте, включающем методологические, философские, социо-психологические, семиотические, лингвистические аспекты;
2. освоение базового научного аппарата современной коммуникативистики, методов исследования коммуникации;
3. освещение основных направлений прикладных исследований в современной теории коммуникации, прагматических аспектов вербальной (устной и письменной) и невербальной коммуникации;
5. выработка у бакалавров умений и навыков эффективного взаимодействия, определяющих высокий уровень коммуникативной компетентности в сферах профессионально ориентированной коммуникации.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы *бакалавриата*

Дисциплина «Коммуникации в социальном пространстве и времени» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений части основной образовательной программы по направлению подготовки «42.03.01. Реклама и связи с общественностью» очной и заочной формам обучения.

Изучение дисциплины «Коммуникации в социальном пространстве и времени» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин: «Философия», «Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия».

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

- Общая теория коммуникации
- Исследования в коммуникации

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной образовательной программы – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных компетенций: УК-5, УК-6, ПК-4 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Межкультурное взаимодействие	УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1 Знает различия этнических особенностей, традиций и культур	Знать: структуру общественных, в том числе мультикультурных отношений Уметь: анализировать последствия профессиональной деятельности для жизни общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах Владеть: приемами использования межкультурных коммуникаций для осуществление медиапроектов
			УК-5.2 Умеет осуществлять деятельность в кросс-культурном пространстве	

Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1 Знает этический кодекс профессии	Знать: технологии управления временем Уметь: использовать технологии управления временем в профессиональной деятельности Владеть: навыками стратегического планирования
			УК-6.2 Умеет организовывать свою рабочую обстановку, выбирать инструменты для достижения целей.: действовать в нестандартных ситуациях	
			УК-6.3 Владеет базовыми навыками саморазвития.	
Профессиональное мастерство	ПК-4	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	<p>ПК4.1 суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>ПК 4.2 совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>ПК 4.3 реализация коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>	<p>Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 1 семестре, составляет 2 зачетные единицы.

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины является формирование у обучающихся профессиональных компетенций, предусмотренных современными требованиями ФГОС в области организации безбарьерной среды для лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Задачи дисциплины:

1. Ознакомление с законодательными основами организации безбарьерной среды.
2. Формирование системы знаний об особенностях проектирования инклюзивной среды
3. Ознакомление с основными нозологическими особенностями, требующими применения технологий возможностей.
4. Формирование системы знаний о технических средствах реабилитации, необходимых для обеспечения доступности среды.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «*Технологии возможностей и безбарьерной среды*» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы по направлению подготовки «42.03.01 Реклама и связи с общественностью» заочной и очной форме обучения.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной образовательной программы – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных компетенций: УК-5, УК-6, ПК-4 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Межкультурное взаимодействие	УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-	УК-5.1 Знает различия этнических особенностей, традиций и культур	Знать: структуру общественных, в том числе мультикультурных отношений Уметь:
			УК-5.2 Умеет осуществлять	

		историческом, этическом и философском контекстах	деятельность в кросс-культурном пространстве	анализировать последствия профессиональной деятельности для жизни общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах Владеть: приемами использования межкультурных коммуникаций для осуществление медиапроектов
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1 Знает этический кодекс профессии	Знать: технологии управления временем Уметь: использовать технологии управления временем в профессиональной деятельности Владеть: навыками стратегического планирования
			УК-6.2 Умеет организовывать свою рабочую обстановку, выбирать инструменты для достижения целей.: действовать в нестандартных ситуациях	
			УК-6.3 Владеет базовыми навыками саморазвития.	
Профессиональное мастерство	ПК-4	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК4.1 суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.2 совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.3 реализация коммуникационного продукта с учетом принципов	Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Владеть: навыками реализации

			открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	коммуникационно го продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности
--	--	--	--	--

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой поочной форме обучения – в 1, по заочной форме обучения – в 1,2, составляет 2 зачетных единицы

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний о использовании компьютерной техники, оснащенной альтернативными устройствами ввода-вывода информации с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков (формирование) по эффективной организации индивидуального информационного пространства.

Задачи дисциплины (модуля):

- приемы использования компьютерной техники, оснащенной альтернативными устройствами ввода-вывода информации;
- приемы поиска информации и преобразования ее в формат, наиболее подходящий для восприятия с учетом ограничений здоровья.
- осуществлять выбор способа представления информации в соответствии с учебными и профессиональными задачами;
- иллюстрировать учебные работы с использованием средств информационных технологий;
- использовать альтернативные средства коммуникации в учебной и будущей профессиональной деятельности;
- использовать специальные информационные и коммуникационные технологии в индивидуальной и коллективной учебной и будущей профессиональной деятельности;
- осуществлять безопасную работу в Интернет при организации индивидуального информационного пространства.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы по направлению подготовки «42.03.01 Реклама и связи с общественностью» заочной и очной форме обучения.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной образовательной программы – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных компетенций: УК-5; УК-6 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Межкультурное взаимодействие	УК-5	Способен воспринимать межкультурное	УК-5.1 Знает различия этнических	Знать: структуру общественных, в

		<p>разнообразии общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p>особенностей, традиций и культур</p> <p>УК-5.2 Умеет осуществлять деятельность в кросс-культурном пространстве</p>	<p>том числе мультикультурных отношений</p> <p>Уметь: анализировать последствия профессиональной деятельности для жизни общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p> <p>Владеть: приемами использования межкультурных коммуникаций для осуществления медиапроектов</p> <p>Знать: технологии управления временем</p> <p>Уметь: использовать технологии управления временем в профессиональной деятельности</p> <p>Владеть: навыками стратегического планирования</p>
<p>Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)</p>	<p>УК-6</p>	<p>Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>УК-6.1 Знает этический кодекс профессии</p> <p>УК-6.2 Умеет организовывать свою рабочую обстановку, выбирать инструменты для достижения целей.: действовать в нестандартных ситуациях</p> <p>УК-6.3 Владеет базовыми навыками саморазвития.</p>	

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой поочной форме обучения – в 1, по заочной форме обучения – в 1,2, составляет 2 зачетных единицы

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о системе маркетинговых технологий, которые используются при создании различных продуктов в сфере услуг, а также навыка использования маркетинговых технологий в зависимости от конкретных задач, стоящих перед исполнителем.

Задачи дисциплины:

22. Получение знаний о системе маркетинговых технологий и креативного процесса в сфере услуг в целом;
23. освоение базового научного аппарата современного маркетинга, профессионального языка специалиста в сфере коммуникации;
24. сформировать представление о маркетинговом процессе в сфере услуг, о его этапах, необходимых элементах;
25. выработка у бакалавров умений и навыков эффективного взаимодействия, определяющих высокий уровень коммуникативной компетентности в сферах профессионально ориентированной коммуникации, прежде всего маркетинговой.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы бакалавриата

Дисциплина «Маркетинг в сфере услуг» реализуется в блоке предметов по выбору основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью очной и заочной форма обучения.

Изучение дисциплины «Маркетинг в сфере услуг» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин: «Человек в коммуникативном пространстве», «Философия», «Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия», «Профессиональные творческие мастерские».

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной «Проектная деятельность», «Коммуникативное проектирование», «Копирайтинг», «Питчинг в коммуникации», «Сценарное мастерство», «Дизайн современных медиа».

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций:

ПК-2

ПК-3

в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	Знать специфику разных типов СМИ и других медиа Уметь анализировать имеющийся мировой и отечественный опыт Владеть Технологиями авторской деятельности в области медиа
Профессиональная компетентность	ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 3 семестре, составляет 2 зачетные единицы

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о системе креативных технологий, которые используются при создании различных медиапродуктов, а также навыка использования технологий в зависимости от конкретных задач, стоящих перед исполнителем.

Задачи дисциплины:

26. Получение знаний о системе креативных технологий и креативного процесса в целом;
27. освоение базового научного аппарата современной коммуникативистики, профессионального языка специалиста в сфере коммуникации;
28. сформировать представление о творческом процессе, о его этапах, необходимых элементах;
29. выработка у бакалавров умений и навыков эффективного взаимодействия, определяющих высокий уровень коммуникативной компетентности в сферах профессионально ориентированной коммуникации.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы бакалавриата

Дисциплина «Рекламный креатив» реализуется в блоке предметов по выбору основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью очной и заочной форма обучения.

Изучение дисциплины «Рекламный креатив» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин: «Человек в коммуникативном пространстве», «Философия», «Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия», «Профессиональные творческие мастерские».

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной «Проектная деятельность», «Коммуникативное проектирование», «Копирайтинг», «Питчинг в коммуникации», «Сценарное мастерство», «Дизайн современных медиа».

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций:

ПК-2

ПК-3

в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Профессиональная компетентность	ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	Знать специфику разных типов СМИ и других медиа Уметь анализировать имеющийся мировой и отечественный опыт Владеть Технологиями авторской деятельности в области медиа
	ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 3 семестре, составляет 2 зачетные единицы.

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины «Создание коммерческого предложения» заключается в получении обучающимися теоретических знаний о формах и правилах создания коммерческих предложений с их последующим применением в профессиональной сфере и формировании практических навыков по созданию взаимовыгодного для деловых партнеров коммерческого предложения в личной и безличной формах.

Задачи учебной дисциплины:

11. знать цели, задачи и функции коммерческой деятельности, сущность снабженческой и сбытовой деятельности коммерческих организаций;
12. знать содержание коммерческого предложения, виды коммерческих предложений в личной и безличной формах;
13. приобрести навыки создания коммерческих предложений в рекламных обращениях и директ-мэйл с использованием закона об уникальном торговом предложении;
14. уметь формулировать коммерческие предложения в деловом общении с клиентами и партнерами по бизнесу;
15. сформировать представление об основах коммерческого права, видах, содержании и порядке заключения хозяйственных договоров.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата

Учебная дисциплина «Создание коммерческого предложения» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений (дисциплины по выбору), основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Современные социальные коммуникации» очной и заочной форм обучения.

Изучение учебной дисциплины «Создание коммерческого предложения» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала следующих учебных дисциплин:

- Общая теория коммуникации;
- Психотехнологии коммуникативного менеджмента;
- Экономика;
- Теория и практика рекламы;
- Стилистика и литературное редактирование и др.

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

- Корпоративная коммуникация;
- Организация и проведение специальных событий;
- Международные коммуникации и т.д.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций: **ПК-2, ПК-3**

в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

<i>Категория компетенций</i>	<i>Код компетенции</i>	<i>Формулировка компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
<i>Профессиональная компетентность</i>	<i>ПК-2</i>	<i>Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</i>	<i>ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</i> <i>ПК-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта</i>	<i>Знать</i> <i>специфику разных разных типов СМИ и других медиа</i> <i>Уметь</i> <i>анализировать имеющийся мировой и отечественный опыт</i> <i>Владеть</i> <i>Технологиями авторской деятельности в области медиа</i>
	<i>ПК-3</i>	<i>Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</i>	<i>ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов</i> <i>ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций</i> <i>ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций</i>	<i>Знать:</i> <i>основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов</i> <i>Уметь:</i> <i>использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций</i> <i>Владеть:</i> <i>навыками реализации</i>

				<i>коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций</i>
--	--	--	--	--

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины «Создание коммерческого предложения», изучаемой в 4 семестре, составляет 4 зачетные единицы

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о сущности корпоративной коммуникации с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков в рамках организационно-управленческой задачи профессиональной деятельности выпускников.

Задачи дисциплины:

1. формирование системы знаний о сущности, структуре, теоретико-методологических основах дисциплины **«Технологии поисковой оптимизации (SEO)»**;
2. овладение понятиями коммуникационных моделей и навыком их сравнительной характеристики;
3. формирование представлений о видах коммуникации и их отличительных признаках;
4. приобретение навыков разнокоммуникационного воздействия.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Дисциплина *«Технологии поисковой оптимизации (SEO)»* реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» очной и заочной формы обучения.

Изучение дисциплины *«Технологии поисковой оптимизации (SEO)»* базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала дисциплины: *«Интернет-маркетинг»*.

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

- *«Маркетинг в рекламном бизнесе», «Нативная реклама», «Мобильная реклама»*.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций:

ПК-2

ПК-3

в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования бакалавриата по направлению подготовки *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Профессиональная компетентность	ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	Знать специфику разных типов СМИ и других медиа Уметь анализировать имеющийся мировой и отечественный опыт Владеть Технологиями авторской деятельности в области медиа
	ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 4 семестре, составляет 4 зачетных единиц.

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о сущности процесса МТПа с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков в рамках организационно-управленческой профессиональной деятельности выпускников.

Задачи дисциплины:

1. формирование системы знаний о сущности, структуре, теоретико-методологических основах дисциплины «МТП»;
2. овладение навыками практического использования метода МТП;
3. формирование представлений о формах, методах, направлениях и уровнях МТПа в России и в международной практике;
4. приобретение навыков внедрения МТПа в профессиональную практику и практику деятельности компаний.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Дисциплина «МТП» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений (курсы по выбору) основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» очной и заочной формы обучения.

Изучение дисциплины «МТП» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала дисциплины: «Интернет-маркетинг».

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

- «Финансовый маркетинг», «Маркетинг в рекламном бизнесе».

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Кодкомпетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения

<p>Профессиональное мастерство</p>	<p>ПК-1</p>	<p>способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>ПК 1.1 этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК 1.2 результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК 1.3 реализация коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Уметь: просчитывать результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Владеть: навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>
	<p>ПК-3</p>	<p>способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации</p>	<p>Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками</p>

			коммуникац ионного продукта, учитывая основные технологии маркетингов ых коммуникац ий	реализации коммуникац ионного продукта, учитывая основные технологии маркетингов ых коммуникац ий
--	--	--	---	---

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость учебной дисциплины, изучаемой в 5 семестре по очной форме обучения, составляет 3 зачетные единицы

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о сущности процесса Продакт-плейсмента с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков в рамках организационно-управленческой профессиональной деятельности выпускников.

Задачи дисциплины:

1. формирование системы знаний о сущности, структуре, теоретико-методологических основах дисциплины **«Продакт-плейсмент»**;
2. овладение навыками практического использования метода ПП;
3. формирование представлений о формах, методах, направлениях и уровнях Продакт-плейсмента в России и в международной практике;
4. приобретение навыков внедрения продакт-плейсмента в профессиональную практику и практику деятельности компаний.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Дисциплина *«Продакт-плейсмент»* реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений (курсы по выбору) основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» *очной и заочной* формы обучения.

Изучение дисциплины *«Продакт-плейсмент»* базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала дисциплины: *«Интернет-маркетинг»*.

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

- *«Финансовый маркетинг», «Маркетинг в рекламном бизнесе»*.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Кодкомпетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения

<p>Профессиональное мастерство</p>	<p>ПК-1</p>	<p>способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>ПК 1.1 этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК 1.2 результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК 1.3 реализация коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Уметь: просчитывать результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Владеть: навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>
	<p>ПК-3</p>	<p>способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации</p>	<p>Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками</p>

			коммуникац ионного продукта, учитывая основные технологии маркетингов ых коммуникац ий	реализации коммуникац ионного продукта, учитывая основные технологии маркетингов ых коммуникац ий
--	--	--	---	---

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость учебной дисциплины, изучаемой в 5 семестре по очной форме обучения, составляет 3 зачетные единицы

положения **1.1 Цель и задачи дисциплины**

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о сущности мобильной рекламы с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков в рамках организационно-управленческой задачи профессиональной деятельности выпускников.

Задачи дисциплины:

1. формирование системы знаний о сущности, структуре, теоретико-методологических основах дисциплины **«Мобильная реклама»**;
2. овладение навыками практического использования норм и принципов корпоративной коммуникации;
3. формирование представлений о формах, методах, направлениях и уровнях мобильной коммуникации в России и в международной практике;
4. приобретение навыков внедрения стандартов мобильной коммуникации в практику деятельности компании.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Дисциплина *«Мобильная реклама»* реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» очной и заочной формы обучения.

Изучение дисциплины *«Мобильная реклама»* базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала дисциплины: *«Интернет-маркетинг»*.

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

- *«Финансовый маркетинг»*, *«Маркетинг в рекламном бизнесе»*.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных **компетенций**, в соответствии с основной профессиональной образовательной программой – программой подготовки бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»:

ПК-1 (способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий);

ПК-3 (способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта).

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Профессиональное мастерство	ПК-1	способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК 1.1 этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК 1.2 результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК 1.3 реализация коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Уметь: просчитывать результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Владеть: навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
	ПК-3	способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания основных технологий	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать на практике знания

			маркетингов ых коммуникац ий ПК 3.3 навыки реализации коммуникац ионного продукта, учитывая основные технологии маркетингов ых коммуникац ий	основных технологий маркетингов ых коммуникац ий Владеть: навыками реализации коммуникац ионного продукта, учитывая основные технологии маркетингов ых коммуникац ий
--	--	--	--	--

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость учебной дисциплины, изучаемой в 5 семестре по очной форме обучения, составляет 3 зачетные единицы

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины «Локальный маркетинг» состоит в формировании у студентов знаний об альтернативных формах маркетинговой деятельности, учитывая социальные, психологические, экономические, технологические и иные предпосылки их появления. Дисциплина дает навык анализа конкурентной среды, выбора оптимальных каналов и инструментов деятельности, создания уникальных креативных концепций и оценки результатов локального маркетинга.

Задачи учебной дисциплины:

1. дать представление о современных коммуникационных процессах, влияющих на снижение эффективности традиционных форм маркетинга;
2. определить место локального маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций;
3. изучить особенности восприятия целевой аудиторией различных видов контента;
4. получить навык создания креативного продукта в рамках стратегии локального маркетинга.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Учебная дисциплина «**Локальный маркетинг**» реализуется в **дополнительной части** основной профессиональной образовательной программы – программы подготовки бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Маркетинговые коммуникации», **очной, заочной из аочной с применением дистанционных образовательных технологий, формах обучения.**

Изучение учебной дисциплины «**Локальный маркетинг**» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда учебных дисциплин: «Введение в маркетинг», «Менеджмент». В основе курса лежат такие научные дисциплины, как общая экономическая теория, социология, психология, социальная история. Содержание дисциплины тесно переплетается с содержанием следующих курсов: «Поведение потребителей», «Маркетинговые исследования», «Технологии брендинга» и других.

1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы. – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных **компетенций**, в соответствии с основной профессиональной образовательной программой – программой подготовки бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»:

ПК-1 (способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий);

ПК-3 (способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта).

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Профессиональное мастерство	ПК-1	способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК 1.1 этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК 1.2 результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК 1.3 реализация коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Уметь: просчитывать результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Владеть: навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
	ПК-3	способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания основных технологий	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать на практике знания

			маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	основных технологий маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость учебной дисциплины, изучаемой в 5 семестре по очной форме обучения, составляет 3 зачетные единицы.

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины «Партизанский маркетинг» состоит в формировании у студентов знаний об альтернативных формах маркетинговой деятельности, учитывая социальные, психологические, экономические, технологические и иные предпосылки их появления. Дисциплина дает навык анализа конкурентной среды, выбора оптимальных каналов и инструментов деятельности, создания уникальных креативных концепций и оценки результатов партизанского маркетинга.

Задачи учебной дисциплины:

1. дать представление о современных коммуникационных процессах, влияющих на снижение эффективности традиционных форм маркетинга;
2. определить место партизанского маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций;
3. изучить особенности восприятия целевой аудиторией различных видов контента;
4. получить навык создания креативного продукта в рамках стратегии партизанского маркетинга.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Учебная дисциплина «**Партизанский маркетинг**» реализуется в **дополнительной части** основной профессиональной образовательной программы – программы подготовки бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Маркетинговые коммуникации», **очной, заочной, изоочной с применением дистанционных образовательных технологий, формах обучения.**

Изучение учебной дисциплины «**Партизанский маркетинг**» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда учебных дисциплин: «Введение в маркетинг», «Менеджмент». В основе курса лежат такие научные дисциплины, как общая экономическая теория, социология, психология, социальная история. Содержание дисциплины тесно переплетается с содержанием следующих курсов: «Поведение потребителей», «Маркетинговые исследования», «Технологии брендинга» и других.

1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы. – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных **компетенций**, в соответствии с основной профессиональной образовательной программой – программой подготовки бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»:

ПК-1 (способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий);

ПК-3 (способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта).

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Кодкомпетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Профессиональное мастерство	ПК-1	способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК 1.1 этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК 1.2 результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК 1.3 реализация коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Уметь: просчитывать результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Владеть: навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
	ПК-3	способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникацио	ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать

		нного продукта	основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость учебной дисциплины, изучаемой в 5 семестре по очной форме обучения, составляет 3 зачетные единицы.

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины «Нейромаркетинг» состоит в формировании у студентов знаний об альтернативных формах маркетинговой деятельности, учитывая социальные, психологические, экономические, технологические и иные предпосылки их появления. Дисциплина дает навык анализа конкурентной среды, выбора оптимальных каналов и инструментов деятельности, создания уникальных креативных концепций и оценки результатов нейромаркетинга.

Задачи учебной дисциплины:

1. дать представление о современных коммуникационных процессах, влияющих на снижение эффективности традиционных форм маркетинга;
2. определить место нейромаркетинга в системе маркетинговых коммуникаций;
3. изучить особенности восприятия целевой аудиторией различных видов контента;
4. получить навык создания креативного продукта в рамках стратегии нейромаркетинга.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Учебная дисциплина «**Нейромаркетинг**» реализуется в **дополнительной части** основной профессиональной образовательной программы (дисциплины по выбору) – программы подготовки бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Маркетинговые коммуникации», **очной, заочной формах обучения.**

Изучение учебной дисциплины «**Нейромаркетинг**» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда учебных дисциплин: «Введение в маркетинг», «Менеджмент». В основе курса лежат такие научные дисциплины, как общая экономическая теория, социология, психология, социальная история. Содержание дисциплины тесно переплетается с содержанием следующих курсов: «Поведение потребителей», «Маркетинговые исследования», «Технологии брендинга» и других.

1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у профессиональной компетенции ПК-3 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования - программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью.*

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Профессиональное мастерство	ПК-3	Способность применять основные технологии	ПК 3.1 основные технологии маркетинговых	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций

		<p>маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций</p>	<p>разных типов Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций</p>
--	--	--	--	--

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость учебной дисциплины, изучаемой в 6 семестре по очной форме обучения, составляет 3 зачетные единицы

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины «Финансовый маркетинг» заключается в получении обучающимися теоретических знаний о средствах, методах и приемах маркетинга на финансовом рынке, как важнейшей части маркетинговых коммуникаций, с их последующим применением в профессиональной сфере и формировании практических навыков маркетинговой деятельности организации.

Задачи учебной дисциплины:

15. Знать основные средства, принципы и методы работы на финансовых рынках.
16. Сформировать представление о процессе и системе управления финансовым маркетингом.
17. Знать основные виды маркетинговых коммуникаций, инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций на финансовом рынке.
18. Уметь формулировать требования к проведению маркетинговых исследований по сбору первичной информации различными методами на финансовом рынке.
19. Уметь рассчитывать розничные цены на основе исходных данных, определять оптимальные каналы сбыта различных товаров на финансовом рынке.
20. Уметь разрабатывать комплекс брендинга для финансовых учреждений.
21. Приобрести первичные навыки разработки условий бренд-мероприятий в области финансов, методов стимулирования сбыта и других видов маркетинговых коммуникаций.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата

Учебная дисциплина «Финансовый маркетинг» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений (дисциплины по выбору), основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Маркетинговые коммуникации» *очной и заочной* форм обучения.

Изучение учебной дисциплины «Финансовый маркетинг» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала следующих учебных дисциплин:

- Общая теория коммуникации;
- Психотехнологии коммуникативного менеджмента;
- Экономика;
- Социология;
- Креативные технологии;
- Стилистика и литературное редактирование;
- Проектная деятельность;
- Работа с современными редакторами контента и др.

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

- Брендинговые исследования;
- Поведение потребителей;
- Личные продажи;
- Методы стимулирования сбыта;
- Технологии брендинга;
- Организация и проведение специальных событий;
- Выставочно-ярмарочная деятельность;
- Корпоративная коммуникация;
- Интернет-маркетинг и т.д.

1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у профессиональной компетенции ПК-3 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования - программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Профессиональное мастерство	ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 4 семестре, составляет 3 зачетные единицы.

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины «Мерчандайзинг» заключается в получении обучающимися теоретических знаний о средствах, методах и приемах работы с потребителями напрямую, как важной части маркетинговых коммуникаций, с их последующим применением в профессиональной сфере и формировании практических навыков маркетинговой деятельности.

Задачи учебной дисциплины:

22. Знать основные средства, принципы и методы работы с потребителями.
23. Сформировать представление о процессе и системе управления контактами с потребителями
24. Знать основные виды воздействия на потребителя.
25. Уметь формулировать требования к проведению исследований по сбору первичной информации различными методами.
26. Уметь рассчитывать розничные цены на основе исходных данных, определять оптимальные каналы сбыта различных товаров.
27. .

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата

Учебная дисциплина «Мерчандайзинг» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений (дисциплины по выбору), основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Маркетинговые коммуникации » очной и заочной форм обучения.

Изучение учебной дисциплины «Мерчандайзинг» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала следующих учебных дисциплин:

- Общая теория коммуникации;
- Психотехнологии коммуникативного менеджмента;
- Экономика;
- Социология;
- Креативные технологии;
- Стилистика и литературное редактирование;
- Проектная деятельность;
- Работа с современными редакторами контента и др.

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

- Брендинговые исследования;
- Поведение потребителей;
- Личные продажи;
- Методы стимулирования сбыта;
- Технологии брендинга;
- Организация и проведение специальных событий;
- Выставочно-ярмарочная деятельность;
- Корпоративная коммуникация;
- Интернет-маркетинг и т.д.

1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у профессиональной компетенции ПК-3 в соответствии с основной профессиональной

образовательной программой высшего образования - программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен продемонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Профессиональное мастерство	ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 4 семестре, составляет 3 зачетные единицы.

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о методологии и методике тестирования в системе маркетинговых коммуникаций с их последующим применением в профессиональной сфере и формировании практических навыков по проведению маркетингового тестирования прежде всего в коммуникационной сфере.

Задачи учебной дисциплины:

1. Получение знаний о видах и источниках информации о корпоративных и медиакоммуникациях.
2. Изучение процесса и видов тестирования, а также области их применения.
3. Формирование практических навыков тестирования в сфере коммуникаций.
4. Овладение знаниями и умениями применять методику тестирования при разработке и реализации коммуникационных проектов.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата

Учебная дисциплина *«Маркетинговое Тестирование»* реализуется в блоке Дисциплины (модули) по выбору 4 (ДВ.4) основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» очной и заочной форм обучения.

Среди других дисциплин по выбору – «Нейромаркетинг», «Активные продажи». Изучение учебной дисциплины *«Маркетинговое Тестирование»* базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда учебных дисциплин: *«Социология»*, *«Введение в коммуникативные специальности»*, *«Экономика»*, *«Основы управления проектами»*, *«Информатика и информационные технологии в профессиональной деятельности»*.

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

- Корпоративная коммуникация (обязательная часть, профессиональный модуль);
 - Кризисные коммуникации (обязательная часть, профессиональный модуль);
 - Работа с информацией в сети Интернет (обязательная часть, профессиональный модуль);
 - Стратегический маркетинг и брендинг (часть, формируемая участниками образовательных отношений);
- и т.д.

1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у профессиональной компетенции ПК-3 в соответствии с основной профессиональной

образовательной программой высшего образования - программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен продемонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Профессиональное мастерство	ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 4 семестре, составляет 3 зачетные единицы.

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины «Маркетинговое моделирование и прогнозирование» заключается в получении обучающимися теоретических знаний о видах и комплексе маркетингового моделирования и прогнозирования с их последующим применением в профессиональной сфере и формировании практических навыков по повышению привлекательности территории с помощью различных инструментов маркетинга.

Задачи учебной дисциплины:

16. Знать виды маркетинга, маркетингового анализа;
17. знать сущность и классификацию видов маркетингового моделирования и прогнозирования;
18. уметь разрабатывать комплекс маркетинга территории для достижения целей маркетингового моделирования и прогнозирования;
19. овладеть навыками создания коммуникационных сообщений и медиапродуктов, направленных на повышение привлекательности территорий.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата

Учебная дисциплина «Маркетинговое моделирование и прогнозирование» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений (дисциплины по выбору), основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Маркетинговые коммуникации» очной и заочной форм обучения.

Изучение учебной дисциплины «Маркетинговое моделирование и прогнозирование» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала следующих учебных дисциплин:

- Общая теория коммуникации;
- Психотехнологии коммуникативного менеджмента;
- Исследования в коммуникации;
- Стратегический маркетинг;
- Теория и практика рекламы;
- Экономика;
- Проектная деятельность и др.

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

- Медиа-рилейшнз;
- Политические коммуникации и политический консалтинг;
- Международные коммуникации и т.д.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: **ПК-3 ПК-4**

в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория	Код	Формулиро	Код и наименование	Результаты
-----------	-----	-----------	--------------------	------------

компетенций	компетенции	вкв компетенции	индикатора достижения компетенции	обучения
Профессиональное мастерство	ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации и коммуникационного продукта	ПК 3.1 Понимает основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 Имеет знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 Способен применять навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций
Профессиональное мастерство	ПК-4	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК4.1 Понимает суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.2 Понимает совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.3 Способен на	Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Владеть: навыками

			реализацию коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности
--	--	--	---	---

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины «Маркетинговое моделирование и прогнозирование», изучаемой в 5 семестре, составляет 3 зачетные единицы

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины «Маркетинг в рекламном бизнесе» заключается в получении обучающимися теоретических знаний о видах и комплексе маркетингового моделирования и прогнозирования с их последующим применением в профессиональной сфере и формировании практических навыков по повышению привлекательности территории с помощью различных инструментов маркетинга.

Задачи учебной дисциплины:

20. Знать виды маркетинга, маркетингового анализа;
21. знать сущность и классификацию видов маркетингового моделирования и прогнозирования;
22. уметь разрабатывать комплекс маркетинга территории для достижения целей маркетингового моделирования и прогнозирования;
23. овладеть навыками создания коммуникационных сообщений и медиапродуктов, направленных на повышение привлекательности территорий.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата

Учебная дисциплина «Маркетинг в рекламном бизнесе» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений (дисциплины по выбору), основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Маркетинговые коммуникации» очной и заочной форм обучения.

Изучение учебной дисциплины «Маркетинг в рекламном бизнесе» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала следующих учебных дисциплин:

- Общая теория коммуникации;
- Психотехнологии коммуникативного менеджмента;
- Исследования в коммуникации;
- Стратегический маркетинг;
- Теория и практика рекламы;
- Экономика;
- Проектная деятельность и др.

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

- Медиа-рилейшнз;
- Политические коммуникации и политический консалтинг;
- Международные коммуникации и т.д.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: **УК-4, ОПК-3, ОПК-4, ПК-3 ПК-4**

в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Коммуникация	УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1 различия этнических и государственных особенностей, традиций и культур УК-4.2 работа в кросс-культурном пространстве и на международном уровне УК-4.3 основы публичных презентаций и выступлений	Знать: различия этнических и государственных особенностей, традиций и культур Уметь: самостоятельно работать в кросс-культурном пространстве и на международном уровне Владеть: навыками публичных презентаций и выступлений
Культура	ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1: актуальные тенденции развития мировой культуры ОПК3.2 знание о культурных процессах при коммуникационных действиях ОПК3.3 использование культурных знаний при осуществлении коммуникационной активности	Знать: актуальные тенденции развития мировой культуры Уметь: применять знание о культурных процессах при коммуникационных действиях Владеть: навыками использования культурных знаний при осуществлении коммуникационной активности

Аудитория	ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК4.1 актуальные запросы общества и аудитории ОПК4.2 применение знание об актуальных потребностях общества при планировании коммуникационных действиях ОПК4.3 использование знаний об обществе при осуществлении коммуникационной активности	Знать: актуальные запросы общества и аудитории Уметь: применять знание об актуальных потребностях общества при планировании коммуникационных действиях Владеть: навыками использование знаний об обществе при осуществлении коммуникационной активности
Профессиональное мастерство	ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК 3.1 Понимает основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 Имеет знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 Способен применять навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные

			основные технологии маркетинговых коммуникаций	технологии маркетинговых коммуникаций
Профессиональное мастерство	ПК-4	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК4.1 Понимает суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности и ПК 4.2 Понимает совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности и ПК 4.3 Способен на реализацию коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности и	Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности и Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности и Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности и

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины «Маркетинг в рекламном бизнесе», изучаемой в 8 семестре, составляет 3 зачетные единицы.

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о сущности и механизмах интернет-коммуникации (частью которой является нативная реклама) с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков в рамках организационно-управленческой задачи профессиональной деятельности выпускников.

Задачи дисциплины:

1. формирование системы знаний о сущности, структуре, теоретико-методологических основах дисциплины «**Нативная реклама**»;
2. овладение навыками практического использования норм и принципов интернет-коммуникации;
3. формирование представлений о формах, методах, направлениях и уровнях интернет-коммуникации в целом и нативной рекламы в частности России и в международной практике;
4. приобретение навыков внедрения стандартов эффективной коммуникации в практику деятельности интернет-специалиста.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Дисциплина «*Нативная реклама*» реализуется в части дисциплин по выбору, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» очной и заочной формы обучения.

Изучение дисциплины «*Нативная реклама*» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала дисциплины «Профессиональные творческие мастерские», «Визуальное проектирование», «Коммуникативное проектирование: практикум», «Работа с информацией в среде Интернет»

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной: все виды практик

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования– программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций: **ПК-3** **ПК-4** в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен продемонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения

<p>Профессиональное мастерство</p>	<p>ПК-3</p>	<p>Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации и коммуникационного продукта</p>	<p>ПК 3.1 Понимает основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 Имеет знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 Способен применять навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций</p>	<p>Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций</p>
<p>Профессиональное мастерство</p>	<p>ПК-4</p>	<p>Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>	<p>ПК4.1 Понимает суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.2 Понимает совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.3 Способен на реализацию коммуникационного продукта с учетом принципов открытости,</p>	<p>Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости,</p>

			доверия и корпоративной социальной ответственност и	доверия и корпоративной социальной ответственност и
--	--	--	---	---

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость учебной дисциплины, изучаемой в 8 семестре по очной форме обучения, составляет 3 зачетные единицы

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины Цель дисциплины «Деловая коммуникация и деловое письмо» заключается в получении обучающимися практических знаний, умений и навыков в сфере взаимодействия в среде профессиональных коммуникаций. Этот навык представляет несомненную важность для аналитической и практической работы в сфере коммуникаций. Дисциплина предполагает знакомство с подходами к созданию деловой корреспонденции, с последующим применением полученных знаний на практике, в условиях индивидуальной и командной работы.

Задачи дисциплины:

1. Практическое освоение комплекса знаний деловой корреспонденции как способе воздействия на аудитории
2. Систематизация знаний о потребительской и деловой активности в сфере коммуникации, направленной на потребление медиапродукта;
3. формирование базового навыка работы копирайтера в сферах коммуникации при подготовке потребительского медиапродукта;
4. освоение на базовом уровне основных навыков составления Делового письма как вида деловой корреспонденции

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы бакалавриата

Дисциплина «Деловая коммуникация и деловое письмо» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы по направлению подготовки «42.03.01 Реклама и связи с общественностью» очной и заочной форм обучения.

Изучение дисциплины «Поведение потребителей» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин: «Введение в коммуникативные специальности», «Человек в коммуникативном пространстве», «Философия», «Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия», «Профессиональные творческие мастерские»

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной «Коммуникативное проектирование», государственная итоговая аттестация и все виды практик.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций: **ПК-3 ПК-4**

в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования бакалавриата по направлению подготовки *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория	Код	Формулировка	Код и наименование	Результаты обучения

компетенций	компетенции	компетенции	индикатора достижения компетенции	
Профессиональное мастерство	ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации и коммуникационного продукта	ПК 3.1 Понимает основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 Имеет знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 Способен применять навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций
Профессиональное мастерство	ПК-4	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК4.1 Понимает суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.2 Понимает совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.3 Способен на	Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Владеть: навыками

			реализацию коммуникацион ного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственност и	реализации коммуникацион ного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственност и
--	--	--	---	---

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины «Деловая коммуникация и деловое письмо», изучаемой в 8 семестре, составляет 3 зачетные единицы.

1.1 Цель и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины "**Студент в среде электронного обучения**" заключается в формировании теоретических знаний о виртуальной образовательной среде, основах современных информационно-коммуникационных технологий системы дистанционного обучения, приобретения практических навыков работы по электронному взаимодействию студента и преподавателя в электронной образовательной среде, использования электронных образовательных контентов, проведения он-лайн тестирований, а также формирования накопительной системы баллов и формирования результатов оценки.

Задачи учебной дисциплины:

1. Изучение студентами виртуальной образовательной среды, основ современных телекоммуникационных технологий системы дистанционного обучения, способов работы с электронными контентом и электронными ресурсами, методов повышения качества образования с использованием технологий дистанционного взаимодействия.

2. Овладение студентами умениями работать в электронной образовательной среде, применять технологии электронного взаимодействия, своевременно исполнять практические задания и проходить тестирование.

3. Привитие студентам способности электронного взаимодействия с преподавателем, с образовательным учреждением по форме дистанционного взаимодействия, с электронными библиотечными ресурсами, с виртуальными образовательными программами.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы бакалаврита

Учебная дисциплина *«Студент в среде электронного обучения»* реализуется в модуле Факультативы основной образовательной программы по направлению подготовки 09.03.02 *«Информационные системы и технологии»* очной и заочной формы обучения.

Изучение учебной дисциплины *«Студент в среде электронного обучения»* базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда учебных дисциплин: *«Проектирование базы данных»*, *«Программирование Проектирование и администрирование информационных систем»*.

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной: *«Информационные системы и технологии в экономической сфере»* и *«Преддипломная практика»*.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций.

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: УК-6, ОПК-6 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*. В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	<p>УК-6.1. Знает основные принципы самовоспитания и самообразования, профессионального и личностного развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда.</p> <p>УК-6.2. Умеет планировать свое рабочее время и время для саморазвития, формулировать цели личностного и профессионального развития и условия их достижения, исходя из тенденций развития области профессиональной деятельности, индивидуально-личностных особенностей.</p> <p>УК-6.3. Имеет практический опыт получения дополнительного образования, изучения</p>	<p>Знать: основные принципы самовоспитания и самообразования, профессионального и личностного развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда.</p> <p>Уметь: планировать свое рабочее время и время для саморазвития, формулировать цели личностного и профессионального развития и условия их достижения, исходя из тенденций развития области профессиональной деятельности, индивидуально-личностных особенностей.</p> <p>Владеть: практическим опытом получения дополнительного образования, изучения дополнительных</p>

			дополнительных образовательных программ.	образовательных программ.
Технологии	ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1 современные технические средства ОПК6.2 применение знаний технических средств и технологий при планировании коммуникационных действий ОПК6.3 современные технические средства и информационно-коммуникационными технологиями	Знать: современные технические средства Уметь: применять знание технических средств и технологий при планировании коммуникационных действиях Владеть: современными техническими средствами и информационно-коммуникационными технологиями

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 1 семестре, составляет 2 зачетных единиц.

1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля).

Цель дисциплины(модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний о технологиях трудоустройства с последующим применением их в профессиональной деятельности и формирование практических навыков по поиску работу и трудоустройству.

Задачи дисциплины (модуля):

- приобрести знания о современных подходах к управлению карьерой,
- научиться выбирать и реализовывать эффективную стратегию поведения на рынке труда,
- приобрести навыки поиска, сбора, обработки, анализа и систематизации информации ситуации на рынке труда, по вопросам трудоустройства и занятости,
- научиться применять методы и инструменты трудоустройства на практике.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина (модуль) «**Технологии трудоустройства**» реализуется в вариативной части основной профессиональной образовательной программы «**Реклама и связи с общественностью**» по направлению подготовки **42.03.01«Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата) очной форме обучения.**

Изучение дисциплины (модуля)«**Технологии трудоустройства**» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися в ходе изучения дисциплины «Кадровая политика государства и организации», «Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия».

Изучение дисциплины (модуля)«**Технологии трудоустройства**» является базовым для последующего освоения программного материала дисциплин (модулей): «Управление карьерой», «Рынок труда и управление трудовыми отношениями».

1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих **профессиональных** компетенций: УК-4, УК-6 соответствии с основной профессиональной образовательной программой.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Содержание компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Коммуникация	УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1 различия этнических и государственных особенностей, традиций и культур УК-4.2 работа в кросс-культурном пространстве и на международном уровне УК-4.3 основы публичных презентаций и выступлений	Знать: различия этнических и государственных особенностей, традиций и культур Уметь: самостоятельно работать в кросс-культурном пространстве и на международном уровне Владеть: навыками публичных презентаций и выступлений
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей УК-6.2. Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста УК-6.3. Оценивает требования рынка труда и предложения образовательных	Знать: технологии управления временем Уметь: использовать технологии управления временем в профессиональной деятельности Владеть: навыками стратегического планирования

			услуг для выстраивания траектории собственного профессионально го роста	
--	--	--	--	--

2. Объем и содержание дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных единицы.