



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

**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ»**

**АННОТАЦИИ К РАБОЧИМ ПРОГРАММАМ ДИСЦИПЛИН  
(МОДУЛЕЙ)**

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

**Направление подготовки**  
*Реклама и связи с общественностью*

**Направленность (профиль)**  
**Современные социальные коммуникации**

**Уровень профессионального образования**  
**Высшее образование – бакалавриат**

**Год начала подготовки по основной профессиональной образовательной программе**

**2019**

**Обязательная часть**

Б1.О.01
Б1.О.02
Б1.О.02.01
Б1.О.02.02
Б1.О.02.03(К)
Б1.О.03
Б1.О.04
Б1.О.05

Б1.О.05.01
Б1.О.05.02
Б1.О.06
Б1.О.07
Б1.О.08
Б1.О.09
Б1.О.10
Б1.О.11
Б1.О.12
Б1.О.12.01
Б1.О.12.02
Б1.О.12.03
Б1.О.12.04
Б1.О.12.05
Б1.О.12.06
Б1.О.12.07
Б1.О.12.08
Б1.О.12.09
Б1.О.12.10
Б1.О.12.11
Б1.О.12.12
Б1.О.12.13
Б1.О.12.14
Б1.О.12.15
Б1.О.12.16
Б1.О.12.17
Б1.О.12.18
Б1.О.12.19
Б1.О.12.20
Б1.О.12.21

**Часть, формируемая участниками образовательных отношений**

Б1.В.01
Б1.В.02
Б1.В.03
Б1.В.04
Б1.В.05
Б1.В.06
Б1.В.07
Б1.В.08
Б1.В.09
Б1.В.10
Б1.В.11
Б1.В.12
Б1.В.13
Б1.В.ДВ.01
Б1.В.ДВ.01.01
Б1.В.ДВ.01.02
Б1.В.ДВ.01.03
Б1.В.ДВ.01.04
Б1.В.ДВ.02

Б1.В.ДВ.02.01
Б1.В.ДВ.02.02
Б1.В.ДВ.02.03
Б1.В.ДВ.02.04
Б1.В.ДВ.03
Б1.В.ДВ.03.01
Б1.В.ДВ.03.03
Б1.В.ДВ.03.04
Б1.В.ДВ.03.05
Б1.В.ДВ.03.06
Б1.В.ДВ.04
Б1.В.ДВ.04.01
Б1.В.ДВ.04.02
Б1.В.ДВ.04.03
Б1.В.ДВ.04.04
Б1.В.ДВ.05
Б1.В.ДВ.05.01
Б1.В.ДВ.05.02
Б1.В.ДВ.05.03
Б1.В.ДВ.05.04

#### Факультативные дисциплины

ФТД.01
ФТД.02

Б1.О.02.01

#### 1.1 Цель и задачи учебной дисциплины

Цель и задачи учебной дисциплины 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, умения логично формулировать, излагать и отстаивать собственное видение проблем и способов их разрешения; овладении приемами ведения дискуссии, полемики, диалога.

##### Задачи учебной дисциплины:

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 учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы бакалаврита

Учебная дисциплина «Философия» реализуется в базовой части основной профессиональной образовательной программы «Философия» - 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Изучение учебной дисциплины «Философия» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда учебных дисциплин: «История», «Правоведение», «Социология», «Экономика».

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной: «Технологи самоорганизации и эффективного взаимодействия», а также иные дисциплины общепрофессионального уровня.

### 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 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 учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Системное и критическое мышление	<b>УК-1</b>	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Анализирует поставленную задачу через выделение ее базовых составляющих, осуществляет декомпозицию задачи. УК-1.2. Находит и критически оценивает информацию, необходимую для решения задачи. УК-1.3. Сопоставляет разные источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений. УК-1.4. Предлагает различные варианты решения задачи, оценивая их последствия. УК-1.5. Формулирует собственную гражданскую и мировоззренческую позицию с опорой на системный анализ философских взглядов и исторических закономерностей, процессов, явлений и событий.
Межкультурное взаимодействие	<b>УК-5</b>	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям. УК-5.2. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп. 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. УК-5.4. Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументированно обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера.
--	--	--	--

## Б1.О.02 ИСТОРИЯ

### 1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) 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 практических навыков по формированию творческого начала, способности решать через средства научной информации исследовательские задачи.

Задачи дисциплины (модуля):

1. дать знание о движущих силах и основных закономерностях исторического процесса, этапах исторического развития России и мира; а также месте человека в историческом процессе, политической организации общества;

2. формирование и развитие навыков 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;

3. формирование понимания многообразия культур и цивилизаций в их взаимодействии, многовариантности исторического процесса;

4. развитие творческого мышления, самостоятельности суждений, умения логически мыслить, вести научные дискуссии; выработка навыков работы с учебной и научной литературой, а также с другими источниками информации;

5. воспитание чувства патриотизма и гордости за историю своей страны.

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

Дисциплина (модуль) «История (история России, Всеобщая история)» 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 (модулей), для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной (модулем):

- «Философия»,
- «История рекламы»,
- «Теория и практика связей с общественностью».

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

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных компетенций: УК-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 (модуля) 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 анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Знать: принципы сбора, отбора и обобщения информации УК-1.2. Уметь: соотносить разнородные 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
Межкультурное взаимодействие	УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях 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. УК-5.3. Конструктивно взаимодействует с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции.

## **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. По дисциплине (модулю) предусмотрен *зачет*.

### **Б1.О.03 ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК**

#### **1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)**

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний об иностранном языке (английском) с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков (формирование) 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.

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

Дисциплина (модуль) «Иностранный язык» реализуется в базовой части основной профессиональной образовательной программы бакалавриата «Реклама и связи с общественностью\_» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью очной и заочной форм обучения.

Изучение дисциплины (модуля) «Иностранный язык» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала дисциплины «Иностранный язык» в средней школе.

Изучение дисциплины (модуля) «Иностранный язык» является базовым для последующего освоения программного материала дисциплины (модуля) «Иностранный язык в профессиональной деятельности».

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

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных и общепрофессиональных компетенций: УК-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 (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Коммуникация	УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	<p>УК-4.1. Владеет системой норм русского литературного языка, родного языка и нормами иностранного(ых) языка(ов); способен логически и грамматически верно строить устную и письменную речь.</p> <p>УК-4.2. Грамотно строит коммуникацию, исходя из целей и ситуации; использует коммуникативно приемлемые стиль общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнёрами.</p> <p>УК-4.3. Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках.</p> <p>УК-4.4. Свободно воспринимает, анализирует и критически оценивает устную и письменную деловую информацию на русском, родном и иностранном(-ых) языке(-ах).</p> <p>УК-4.5. Демонстрирует умение выполнять перевод текстов с иностранного (-ых) на государственный язык, а также с государственного на иностранный (-ые) язык</p>

			(-и).
--	--	--	-------

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

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 8 зачетных единиц.

По дисциплине (модулю) предусмотрены *зачеты (1 и 3 семестры) и зачеты с оценкой (2 и 4 семестры)*.

### **Б 1.О.04 БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

#### **1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля)**

##### Цель учебной дисциплины:

Анализ теоретических основ процесса обеспечения защищенности личности, общества и государства от внутренних и внешних угроз на базе изучения нормативно-правовых и организационных положений обеспечения безопасности в экономической, социальной, экологической, информационной, технической сферах взаимодействия между личностью, обществом и государством, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций.

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. Изучение теоретических и методических подходов к анализу безопасности как социального явления.
2. Показ процесса защищенности личности, общества и государства от внутренних и внешних угроз как стратегической цели современной России.
3. Формирование у студентов представлений о системе управление процессом безопасности жизнедеятельности в современных условиях
4. Исследование процесса экономической безопасности как фундамента устойчивого развития Российской Федерации.
5. Анализ проблем социальной безопасности как базового условия обеспечения общественной безопасности в современном российском обществе
6. Определение места экологической безопасности в системе энергетического развития современной России.
7. Показ информационной безопасности как состояния защищенности личности, общества и государства от внутренних и внешних информационных угроз.
8. Определение места техносферной безопасности в системе национальной безопасности Российской Федерации;

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

Дисциплина (модуль) **Б1.Б.04** «Безопасность жизнедеятельности» реализуется в базовой части программы бакалавриата основной профессиональной образовательной программы **Реклама и связи с общественностью** по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью** (уровень бакалавриата) в очной, заочной формах 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".

Изучение дисциплины (модуля) «Безопасность жизнедеятельности» является базовым для последующего освоения программного материала дисциплин (модулей): «Профессиональные творческие мастерские» и все виды практик.



### 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 **общекультурных, общепрофессиональных** компетенций:

в соответствии с основной профессиональной образовательной программой **«Реклама и связи с общественностью»** по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью** (уровень бакалавриата).

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

Код компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения
УК-8	Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	<b>УК8.1</b> Знать основные теоретические положения БЖД; нормативные, правовые и организационные основы БЖД; средства и методы повышения безопасности, экологичности и устойчивости жизнеобеспечения; последствия воздействия на человека травмирующих, вредны, опасных поражающих факторов; правила поведения человека в экстремальных и чрезвычайных ситуациях; негативные факторы в техносфере, особенности их проявления в условиях производства и в быту, положения законодательных документов по обеспечению безопасности человека.
		<b>УК 8.2.</b> Уметь применять средства защиты от негативного воздействия; разрабатывать мероприятия по повышению безопасности, экологичности производственной деятельности; выявлять травмирующие, вредные и опасные поражающие факторы; планировать мероприятия по защите персонала и населения при ЧС и при необходимости принятия участия и проведения спасательных работ.
		<b>УК 8. 3.</b> приемами анализа и оценки сложившейся обстановки; методами и способами защиты персонала и населения от воздействия негативных факторов техносферы, возможных аварий, катастроф, стихийных бедствий; способами организации комфортных условий жизнедеятельности.

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

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных единиц.

Б1.О.05.01 ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ

### 1.1. Цель и задачи дисциплины.

Цель дисциплины 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:

1. формировать личную физическую культуру студента;
2. развивать у студентов 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 в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы бакалавриата.

Дисциплина «Физическая культура и спорт» реализуется в базовой части основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью очной и заочной формы обучения.

Изучение дисциплины «**Физическая культура и спорт**» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения школьного материала и программного материала ряда учебных дисциплин: «Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия».

Изучение дисциплины «Физическая культура и спорт» является базовым для последующего освоения программного материала учебных дисциплин: «Безопасность жизнедеятельности» «Элективные курсы по физической культуре и спорту», «Базовые и новые виды физкультурно-спортивной деятельности с методикой преподавания»

### 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 универсальных компетенций: УК-7, в соответствии с основной профессиональной образовательной программой по направлению подготовки **49.03.02 Физическая культура для лиц с отклонениями в состоянии здоровья (адаптивная физическая культура)**.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-7.	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.1. Знает: - 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, адаптивной физической культуры и адаптивного спорта к уровню физической подготовленности

			<p>работников; - правила безопасности при проведении занятий по физической культуре и спорту, адаптивной физической культуре и адаптивному спорту; - методики обучения технике двигательных действий и развития физических качеств средствами базовых видов спорта, адаптивных видов спорта, и ИВАС; - основы планирования и проведения занятий по физической культуре и адаптивной физической культуре; - основы контроля и самооценки уровня физической подготовленности по результатам тестирования; - правила эксплуатации контрольно-измерительных приборов и инвентаря.</p> <p>УК-7.2. Умеет: - 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>УК-7.3. Имеет опыт: - проведения с обучающимися теоретических занятий и бесед о пользе, значении физической культуры и спорта, адаптивной физической культуры и адаптивного спорта, основах здорового образа жизни, о важности физической подготовки к систематическим занятиям и использовании средств физической культуры и спорта, адаптивной физической культуры и адаптивного спорта для оптимизации двигательного режима; - планирования и проведения занятий по обучению технике базовых видов спорта, видов адаптивного спорта; -</p>
--	--	--	--

			планирования и проведения учебно-тренировочных занятий по ИВАС по обучению технике выполнения упражнений, развитию физических качеств и воспитанию личности; - владения техникой основных двигательных действий базовых видов спорта и видов адаптивного спорта и ИВАС на уровне выполнения контрольных нормативов; - самоконтроля и анализа своего физического состояния, физической подготовленности.
--	--	--	---

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

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 1у очной формы обучения и во 1 семестре у заочной формы обучения, составляет 2 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен для очной и заочной формы обучения в первом семестре зачет.

#### **Б1.О.05.02 ЭЛЕКТИВНЫЕ КУРСЫ ПО ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ**

##### **1.1 Цель и задачи дисциплины**

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

##### **Задачи дисциплины:**

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 в структуре основной профессиональной образовательной программы**

Учебная дисциплина «**Элективные курсы по физической культуре и спорту**» реализуется в обязательной части основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью *по* очной и заочной формам обучения.

Изучение учебной дисциплины «**Элективные курсы по физической культуре и спорту**» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала учебной дисциплины «Физическая культура».

Перечень последующих учебных 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 образовательной программы**

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных: УК-7, в соответствии с основной 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
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-7.	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	<p>УК-7.1. Знает: - 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, адаптивной физической культуры и адаптивного спорта к уровню физической подготовленности работников; - правила безопасности при проведении занятий по физической культуре и спорту, адаптивной физической культуре и адаптивному спорту; - методики обучения технике двигательных действий и развития физических качеств средствами базовых видов спорта, адаптивных видов спорта, и ИВАС; - основы планирования и проведения занятий по физической культуре и адаптивной физической культуре; - основы контроля и самооценки уровня физической подготовленности по результатам тестирования; - правила эксплуатации контрольно-измерительных приборов и инвентаря.</p>
			<p>УК-7.2. Умеет: - 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</p>

			контрольно-измерительными приборами и обнаруживать их неисправности.
			УК-7.3. Имеет опыт: - проведения с обучающимися теоретических занятий и бесед о пользе, значении физической культуры и спорта, адаптивной физической культуры и адаптивного спорта, основах здорового образа жизни, о важности физической подготовки к систематическим занятиям и использовании средств физической культуры и спорта, адаптивной физической культуры и адаптивного спорта для оптимизации двигательного режима; - планирования и проведения занятий по обучению технике базовых видов спорта, видов адаптивного спорта; - планирования и проведения учебно-тренировочных занятий по ИВАС по обучению технике выполнения упражнений, развитию физических качеств и воспитанию личности; - владения техникой основных двигательных действий базовых видов спорта и видов адаптивного спорта и ИВАС на уровне выполнения контрольных нормативов; - самоконтроля и анализа своего физического состояния, физической подготовленности.

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

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 1-6 семестрах, составляет 328 часов. По дисциплине предусмотрено зачетов

Б1.О.06 ТЕХНОЛОГИИ САМООРГАНИЗАЦИИ И ЭФФЕКТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

### **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:

1. Приобретение умений эффективной самоорганизации и самоуправления в учебной деятельности;
2. Приобретение умений эффективной самоорганизации и самоуправления в учебной деятельности;
3. Развитие навыков тайм-менеджмента и целеполагания;
4. Формирование мотивации к самоконтролю и самоорганизации в учебной и профессиональной деятельности;
5. Усвоение знаний о природе смысловых технологий, а также особенностей их применения в практической деятельности.
6. Способствовать формированию у студентов умения моделировать собственное время в контексте эффективного принятия решений. и саморазвитию, соответствующих умений и навыков, помогающих развиваться в профессиональной деятельности.
7. Создать теоретико-практические условия для формирования и развития умений выстраивать методику личной стрессоустойчивости, креативных подходов к приоритетным целям и задачам.
8. Развитие теоретических знаний и практических навыков в сферах волонтерства, вожатства, наставничества, социального предпринимательства.
9. Мотивация обучающихся к самостоятельному и инициативному применению полученных в ходе освоения дисциплины знаний и практических умений в профессиональной деятельности.
10. Способствовать формированию у обучающихся проектного мышления и развитию первичных умений в области управления проектами и процессами их реализации;
11. Содействовать самостоятельной работе обучающихся в области управления проектами, которая позволит им отработать практические навыки проектирования жизненной траектории и управления проектами в научной сфере.
12. 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 анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК.1.1. Выбирает источники информации, адекватные поставленным задачам и соответствующие научному мировоззрению
			УК.1.2. Демонстрирует умение рассматривать различные точки зрения на поставленную задачу в рамках научного мировоззрения и определять рациональные идеи
			УК.1.3. Выявляет степень доказательности различных точек зрения на поставленную задачу в рамках научного мировоззрения
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

## 2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу 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. По дисциплине предусмотрен зачет, зачет с оценкой.

### Б1.О.07 ПРАВОВЕДЕНИЕ

#### 1.1. 1.1. Цель и задачи дисциплины.

Цель дисциплины (модуля) «Правоведение» заключается в получении 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 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.

### **1.2. 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** очной, заочной 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):

### **1.3. 1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.**

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующей универсальной компетенции: 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).

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

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
<b>Системное и критическое мышление</b>	<b>УК-1</b>	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>
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>УК-2.1.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>УК-2.2. Уметь:</p> <p>Руководствоваться требованиями нормативных правовых актов при осуществлении профессиональной деятельности</p> <p>УК-2.3. Владеть:</p> <p>навыками правовой оценки событий, сопровождающих профессиональную деятельность; навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности</p>

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

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных единицы

Б1.О.08 ЭКОНОМИКА

##### 1.1. Цель и задачи учебной дисциплины.

Цель учебной дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о закономерностях функционирования экономики на микро и макроуровне и условиях оптимизации деятельности рыночных экономических агентов, с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков (формирование) общей культуры, расчётно-экономических, аналитических и научно-исследовательских, организационно-управленческих, расчётно-финансовых и банковских навыков.

##### Задачи учебной дисциплины:

В результате изучения курса выпускник должен решать следующие профессиональные задачи (в сфере расчётно-экономической деятельности):

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 учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Учебная дисциплина «Экономика» реализуется в **базовой** части основной профессиональной образовательной программы **Реклама и связи с общественностью** по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**.

Изучение учебной дисциплины «Экономика» является базовым для последующего освоения программного материала учебных дисциплин: «Теория и практика рекламы», «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 учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих **общекультурных** компетенций – ОК-3

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения
-----------------	------------------------	---------------------

УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Знать: принципы сбора, отбора и обобщения информации УК-1.2. Уметь: соотносить разнородные 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
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 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

Общая трудоемкость учебной дисциплины составляет 2 зачетных единицы.

## **Б1.О.09 ИНФОРМАТИКА**

### **1.1 Цель и задачи учебной дисциплины**

Цель учебной дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о сущности, структуре информатики, видах современных информационных технологий в условиях перехода к цифровой экономике, систематизации и углублении базовых знаний студентов по теории информации, основам алгоритмизации, вычислительной техники и информационных технологий, формировании практических навыков работы с информацией с использованием современного программного обеспечения с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков (формирование) по видам профессиональной деятельности: производственно-технологический; организационно-управленческий; проектный..

Задачи учебной дисциплины:

- развитие аналитических, логических и абстрактных форм мышления, необходимых в сфере информатики и информационных технологий;
- получение знаний и формирование умений и навыков решения прикладных задач на персональных компьютерах,
- овладение навыками применения компьютерных технологий создания и обработки текстовых документов профессионального качества,
- формирование умений и получение навыков работы с табличным процессором,
- овладение навыками создания компьютерных презентаций,
- усвоение студентами знаний о современных средствах и методах компьютерной обработки информации различных объемов и типов,
- приобретение практических навыков применения современных информационных технологий в профессиональной деятельности

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

Учебная дисциплина «*Информатика и основы информационно-коммуникационных технологий*» реализуется в в обязательной части основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью очной и заочной формам обучения.

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной: «*Работа с современными редакторами контента*».

## 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 универсальных компетенций: УК-1, ОПК-6 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программа 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
	УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Знать: принципы сбора, отбора и обобщения информации УК-1.2. Уметь: соотносить разнородные 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

	ОПК-6	Способен использовать современные информационные технологии и программные средства, в том числе отечественного производства, при решении задач профессиональной деятельности;	<p>ОПК-6.1 Знать: современные информационные технологии и программные средства, в том числе отечественного производства при решении задач профессиональной деятельности</p> <p>ОПК -6.2 Уметь: выбирать современные информационные технологии и программные средства, в том числе отечественного производства при решении задач профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-6.3 Иметь навыки: применения современных информационных технологий и программных средств, в том числе отечественного производства, при решении задач профессиональной деятельности</p>
--	-------	---	---

## **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 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен *зачет*.

### **Б1.О.10 СОЦИОЛОГИЯ**

#### ***1.1. Цель и задачи учебной дисциплины.***

Цель учебной дисциплины 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 учебной дисциплины:

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 учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.***

Учебная дисциплина «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 форм обучения.**

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

Изучение учебной дисциплины «Социология» является базовым для последующего освоения программного материала учебных дисциплин: «Теория и практика рекламы», «Теория и практика связей с общественностью».

### ***1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.***

Процесс освоения учебной дисциплины 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); в соответствии с основной профессиональной образовательной программой – программой подготовки бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

<b>Категория компетенций</b>	<b>Код компетенции</b>	<b>Формулировка компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>



<p><b>Системное и критическое мышление</b></p>	<p><b>УК-1</b></p>	<p>Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p>	<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>
--	--------------------	---	---

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

Общая трудоемкость учебной дисциплины, изучаемой в 1 семестре по очной форме обучения, составляет 2 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен зачет.

### **Б1.О.11 ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

#### **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:

1. Практическое освоение методов проектной деятельности
2. Практическая систематизация знаний о деятельности в сфере коммуникации и в процессе производства медиапродукта;
3. формирование базового навыка работы во сферах коммуникации при подготовке медиапродукта;
4. освоение на базовом уровне всех основных направлений профессионального развития;
5. 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 «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», «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 в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

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-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
Коммуникация	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 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
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 из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели УК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников УК-3.3. Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе и строит продуктивное взаимодействие с учетом этого УК-3.4. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели УК-3.5. Соблюдает нормы и установленные правила командной работы; несет личную ответственность за результат
Коммуникация	УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в	УК-4.1. Выбирает стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь,

		устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	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
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 услуг для 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 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
Аудитория	ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп

		деятельности	ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Технологии	ОПК-6	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
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 профессиональным 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	ПК-1.1. Осуществляет поиск темы и выявляет существующую проблему ПК-1.2. Получает информацию в ходе профессионального общения с героями, свидетелями, экспертами и фиксирует полученные сведения ПК-1.3. Отбирает релевантную информацию из доступных документальных источников ПК-1.4. Проверяет достоверность полученной информации, разграничивает факты и мнения ПК-1.5. Предлагает творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного журналистского опыта ПК-1.6. Соблюдает профессиональные этические нормы на всех этапах работы ПК-1.7. Готовит к публикации журналистский текст (или) продукт с учетом требований редакции СМИ или другого медиа

Осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	ПК-2	Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	ПК-2.1. Приводит журналистский текст и (или) продукт разных видов в соответствие с языковыми нормами ПК-2.2. Контролирует соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в журналистском тексте и (или) продукте ПК-2.3. Контролирует соблюдение профессиональных этических норм в журналистском тексте и (или) продукте ПК-2.4. Учитывает технологические требования разных типов СМИ и других медиа при редактировании журналистского текста и (или) продукта
Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики	ПК-3.	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики	ПК-3.1. Предлагает творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики ПК-3.2. Решает поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере журналистики ПК-3.3. Реализует журналистский проект в рамках своих полномочий и несет 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	ПК-4.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы ПК-4.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности
Распространение общечеловеческих ценностей с помощью журналистского текста и (или) продукта	ПК-5.	Способен учитывать общечеловеческие ценности в процессе создания коммуникационного продукта	ПК-5.1. Соотносит вопросы информационной повестки дня с общечеловеческими ценностями ПК-5.2. Определяет ценностные приоритеты при отборе освещаемых явлений и событий ПК-5.3. Придерживается общечеловеческих ценностей при создании журналистского текста и (или) продукта

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

Дисциплина разбита на 3 части-модуля (по курсам). В 1-2 части – 2 семестра, в 2 части – 3 семестр. Всего 26 зачетных единиц

## Б1.О.12.01 ВВЕДЕНИЕ В КОММУНИКАТИВНЫЕ СПЕЦИАЛЬНОСТИ

### 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:

6. 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;
7. освоение базового научного аппарата современной коммуникативистики, профессионального языка специалиста в сфере коммуникации;
8. освещение основных направлений для профессионального развития, анализ ключевых работодателей в сфере медиа и коммуникации;
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 «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 в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата*

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, 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
-----------------------	-----------------	--------------------------	--

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>
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>
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	<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 журналистских текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>



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	ОПК-2.1. Знает систему общественных и 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
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
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 поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста

## **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. По дисциплине предусмотрен *зачет*.

### **Б1.О.12.02 ПСИХОТЕХНОЛОГИИ КОММУНИКАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА**

#### **1.1 Цель и задачи дисциплины**

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

Задачи дисциплины:

10. формирование представлений о функционировании субъективной реальности личности;
11. освоение знаний о психологии коммуникации в контексте разнообразных психологических школ;
12. освоение базовых навыков индивидуальной коммуникации в виде публичного выступления;
13. освоение базовых техник переговоров;

14. отработка защиты от манипулятивных техник в коммуникации
15. 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 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.

## 1.3 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 универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: УК-5; УК-6; ОПК-4; ОПК-7; 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
Межкультурное взаимодействие	УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях 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. УК-5.3. Конструктивно взаимодействует с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач

			и усиления социальной интеграции.
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 услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста УК- 6.4. Строит профессиональную карьеру и определяет стратегию профессионального развития
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 общественностью и (или) иных коммуникационных 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
Осуществление профессиональной деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими	ПК-2	Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными	ПК-2.1. Приводит журналистский текст и (или) продукт разных видов в соответствие с языковыми нормами ПК-2.2. Контролирует соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в журналистском тексте и (или) продукте ПК-2.3. Контролирует соблюдение

требованиями		проблемами, целями и задачами	профессиональных этических норм в журналистском тексте и (или) продукте ПК-2.4. Учитывает технологические требования разных типов СМИ и других медиа при редактировании журналистского текста и (или) продукта
--------------	--	-------------------------------	---

## **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. По дисциплине предусмотрен *зачет и экзамен*.

### **Б1.О.12.03 ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТВОРЧЕСКИЕ МАСТЕРСКИЕ**

#### **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:

16. систематизация знаний о жанрах и жанровых моделях в сфере коммуникации и в процессе производства медиапродукта;
17. формирование базового навыка работы во всех знаковых системах при подготовке медиапродукта;
18. освещение основных направлений для профессионального развития;
19. 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

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-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
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 из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели УК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников УК-3.3. Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе и строит продуктивное взаимодействие с учетом этого УК-3.4. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели УК-3.5. Соблюдает нормы и установленные правила командной работы; несет личную ответственность за результат
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 стиль общения на русском языке в 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
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 услуг для 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. (общий по УГСН) Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ 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
Аудитория	ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. (общий по УГСН) Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. (по направлению подготовки "Журналистика") Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов
Технологии	ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1. (общий по УГСН) Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение ОПК-6.2. (по направлению подготовки "Журналистика") Эксплуатирует современные стационарные и мобильные цифровые устройства на всех этапах создания журналистского текста и (или) продукта
Эффекты	ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя	ОПК-7.1. (общий по УГСН) Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности

		принципам социальной ответственности	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
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	ПК-1.1. Осуществляет поиск темы и выявляет существующую проблему ПК-1.2. Получает информацию в ходе профессионального общения с героями, свидетелями, экспертами и фиксирует полученные сведения ПК-1.3. Отбирает релевантную информацию из доступных документальных источников ПК-1.4. Проверяет достоверность полученной информации, разграничивает факты и мнения ПК-1.5. Предлагает творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного журналистского опыта ПКО -1.6. Соблюдает профессиональные этические нормы на всех этапах работы ПК-1.7. Готовит к публикации журналистский текст (или) продукт с учетом требований редакции СМИ или другого медиа
Осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	ПК-2	Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	ПК-2.1. Приводит журналистский текст и (или) продукт разных видов в соответствие с языковыми нормами ПК-2.2. Контролирует соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в журналистском тексте и (или) продукте ПК-2.3. Контролирует соблюдение профессиональных этических норм в журналистском тексте и (или) продукте ПК-2.4. Учитывает технологические требования разных типов СМИ и других медиа при редактировании журналистского текста и (или) продукта
Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики	ПК-3.	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики	ПК-3.1. Предлагает творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики ПК-3.2. Решает поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере журналистики ПК-3.3. Реализует журналистский проект в рамках своих полномочий и несет ответственность за результат
Организация процесса создания журналистского	ПК-4.	Способен организовывать процесс создания	ПК-4.1. Придерживается установленного графика в процессе создания журналистского текста и (или)

текста и (или) продукта		журналистского текста и (или) продукта	продукта ПК-4.2. Распределяет свои трудовые ресурсы в соответствии с решаемыми профессиональными задачами и возникающими обстоятельствами ПК-4.3. Выполняет свои профессиональные обязанности в рамках отведенного бюджета времени
Распространение общечеловеческих ценностей с помощью журналистского текста и (или) продукта	ПК-5.	Способен учитывать общечеловеческие ценности в процессе создания журналистского текста и (или) продукта	ПК-5.1. Соотносит вопросы информационной повестки дня с общечеловеческими ценностями ПК-5.2. Определяет ценностные приоритеты при отборе освещаемых явлений и событий ПК-5.3. Придерживается общечеловеческих ценностей при создании журналистского текста и (или) продукта

## **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. По дисциплине предусмотрен *зачет и экзамен*.

### **Б1.О.12.04 РАБОТА С СОВРЕМЕННЫМИ РЕДАКТОРАМИ КОНТЕНТА**

#### **1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)**

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися 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*

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: УК-4, ОПК-1, ОПК-6, 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
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 стиль общения на русском языке в 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
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

Технологии	<b>ОПК-6</b>	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1. (общий по УГСН) Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение ОПК-6.2. (по направлению подготовки "Журналистика") Эксплуатирует современные стационарные и мобильные цифровые устройства на всех этапах создания журналистского текста и (или) продукта
Организация процесса создания журналистского текста и (или) продукта	<b>ПК-2</b>	Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	ПК-2.1. Придерживается установленного графика в процессе создания журналистского текста и (или) продукта ПК-2.2. Распределяет свои трудовые ресурсы в соответствии с решаемыми профессиональными задачами и возникающими обстоятельствами ПК-2.3. Выполняет свои профессиональные обязанности в рамках отведенного бюджета времени

## **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. По дисциплине предусмотрен *экзамен*.

### **Б1.О.12.05 СТИЛИСТИКА И ЛИТЕРАТУРНОЕ РЕДАКТИРОВАНИЕ**

#### **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

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); способность осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа (ПКО-2); способность организовывать процесс создания журналистского текста и (или) продукта (ПК-2); способность учитывать общечеловеческие ценности в процессе создания журналистского текста и (или) продукта (ПК-5) в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавриата по направлению подготовки **42.03.02 «Журналистика»**.

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

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Универсальная	УК-4	способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Знать: правила и способы использования языковых средств в соответствии с целями и задачами речи
			Уметь: осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах
			Владеть: навыками создания качественных текстов в соответствии с целями и задачами речи

Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1	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-1.1. (общий по УГСН) Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ 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
Культура	ОПК-3	способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. (общий по УГСН) Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2. (по направлению подготовки "Журналистика") Применяет средства художественной выразительности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах
	ПК-2	Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	<p data-bbox="1078 1171 1532 1245">Знать основы редакторской деятельности</p> <p data-bbox="1078 1245 1532 1518">Уметь осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа</p> <p data-bbox="1078 1518 1532 1776">Владеть общими принципами редактирования в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа</p>
	ПК-	способность организовывать процесс создания журналистского текста и (или) продукта	<p data-bbox="1078 1798 1532 1899">Знать процесс создания журналистского текста или продукта</p> <p data-bbox="1078 1899 1532 1975">Уметь создавать журналистский текст или продукт</p>

			Владеть навыками организации процесса создания журналистского текста и (или) продукта
	ПК-5	способность учитывать общечеловеческие ценности в процессе создания журналистского текста и (или) продукта	Знать базовые общечеловеческие ценности
			Уметь учитывать общечеловеческие ценности в процессе создания журналистского текста и (или) продукта
			Владеть навыками создания журналистского текста и (или) продукта с учетом общечеловеческих ценностей

## **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. По дисциплине (модулю) предусмотрен *экзамен*.

### **Б1.О.12.06 ПРАКТИКУМ ПО СОЗДАНИЮ ВИЗУАЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ**

#### **1.1 Цель и задачи дисциплины**

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

Задачи дисциплины:

20. формирование представлений о современной визуальной коммуникации и способах ее осуществления
21. Освоение принципов и приемов создания визуальных презентаций в среде PowerPoint
22. Изучение эффективных способов обработки фотографий в редакторе AdobeLightroom
23. Отработка приемов коллажирования видеоизображений с помощью инструментов AdobePhotoshop
24. 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

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: УК-5; УК-6; ОПК-4; ОПК-7; 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
Системное и критическое мышление	УК-5	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-5.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие УК-5.2. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи УК-5.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов УК-5.4. При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения УК-5.5. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки
Анализ и оценка профессиональной информации	УК6	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	УК 6.1. Анализирует и обобщает профессиональную информацию на теоретико-методологическом уровне; профессиональной информации, научных теорий, концепций и актуальных подходов
			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
			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
			ОПК7.2 просчитывает результаты профессиональной деятельности в социальном плане
			ОПК7.3 использует навыки получения культурных знаний при осуществлении коммуникационной активности
	ПК2	Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	ПК2.2. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
			ПК 2.3. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
			ПК-2.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

## **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. По дисциплине предусмотрен *зачет и экзамен*.

### **Б1.О.12.07 КРЕАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

#### **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:

25. Получение знаний о системе креативных технологий и креативного процесса в целом;
26. освоение базового научного аппарата современной коммуникативистики, профессионального языка специалиста в сфере коммуникации;
27. сформировать представление о творческом процессе, о его этапах, необходимых

элементах;

28. 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**

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:

<b>Категория компетенций</b>	<b>Код компетенции</b>	<b>Формулировка компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>
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

## **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. По дисциплине предусмотрен *зачет*.



## Б1.О.12.08 ОБЩАЯ ТЕОРИЯ КОММУНИКАЦИИ

### 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

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

**ОПК-2**

**ОПК-4**

**ОПК-7**

**ПКО-1**

**ПК-2**

**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
Коммуникация в обществе	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
	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
Профессиональная ответственность	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
ПКО-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПКО-1.1 Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
		ПКО-1.2 Уметь проводить коммуникационные кампании
		ПКО-1.3 Владеть навыком реализации коммуникационных проектов
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
Профессиональное мастерство	ПК-4	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере
		ПК4.1 Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации

		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

## **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. По дисциплине предусмотрен *зачет*.

### **Б1.О.12.09 ПРОДЮСИРОВАНИЕ КОММУНИКАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ**

#### **1.1 Цель и задачи дисциплины**

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний и практических навыков в области разработки, планирования и реализации медиапроектов.

Задачи дисциплины:

29. Получение стартовой информации о профессии продюсера и ее особенностях
30. Освоение основных методов и инструментов планирования коммуникативного проекта
31. Изучение основных принципов и приемов администрирования медиапроектов
32. Освоение технологии продвижения медиапроекта в коммуникативной среде
33. Изучение основных правил ведения проектной документации

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

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

Изучение дисциплины «ПРОДЮСИРОВАНИЕ КОММУНИКАТИВНЫХ ПРОДУКТОВ» 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

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: УК-1; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-7; ПКО-1; 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	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
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
			УК-1.2. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи
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	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 собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения
	ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	УК-1.5. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки
			ОПК-2.1. Анализирует и обобщает профессиональную информацию на теоретико-методологическом уровне; профессиональной информации, научных теорий, концепций и актуальных подходов
			ОПК. 2.2. Описывает социальные явления и процессы на основе комплексной информации
			ОПК4.1 понимает актуальные запросы общества и аудитории
			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
			ОПК7.2 просчитывает результаты профессиональной деятельности в социальном плане
			ОПК7.3 использует навыки получения культурных знаний при осуществлении коммуникационной активности
	ПКО-1	Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	ПКО-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
			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-4	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК4.1 формирует этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации
			ПК 4.2 принимает результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации
			ПК 4.3 использует навыки разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации

## 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. По дисциплине предусмотрен *зачет*.

### 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:

34. Знакомство с понятием проектной деятельности, прежде всего в сфере коммуникаций.;
35. формирование базового навыка работы в проектных группах;
36. освещение основных направлений для профессионального осуществления коммуникационных проектов;
37. 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 «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», «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

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; ПК-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
Командная работа и лидерство	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 УК-1.2. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи УК- 1.3. Осуществляет поиск

			<p>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>
	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 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>
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или)	<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</p>



		коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	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
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 общественностью и (или) иных коммуникационных 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	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях  ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
Технологии	ОПК-6	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

<p>Осуществление авторской деятельности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>ПК-1.</p>	<p>Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<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 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 редакции СМИ или другого медиа</p>
<p>Осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа</p>	<p>ПК-2</p>	<p>Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами</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>Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного</p>	<p>ПК-3.</p>	<p>Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере</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</p>

проекта в сфере журналистики		журналистики	при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере журналистики  ПК-3.3. Реализует журналистский проект в рамках своих полномочий и несет ответственность за результат
Организация процесса создания журналистского текста и (или) продукта	ПК-4.	Способен организовывать процесс создания журналистского текста и (или) продукта	ПК-4.1. Придерживается установленного графика в процессе создания журналистского текста и (или) продукта  ПК-4.2. Распределяет свои трудовые ресурсы в соответствии с решаемыми профессиональными задачами и возникающими обстоятельствами  ПК-4.3. Выполняет свои профессиональные обязанности в рамках отведенного бюджета времени
Распространение общечеловеческих ценностей с помощью журналистского текста и (или) продукта	ПК-5.	Способен учитывать общечеловеческие ценности в процессе создания журналистского текста и (или) продукта	ПК-5.1. Соотносит вопросы информационной повестки дня с общечеловеческими ценностями  ПК-5.2. Определяет ценностные приоритеты при отборе освещаемых явлений и событий  ПК-5.3. Придерживается общечеловеческих ценностей при создании журналистского текста и (или) продукта

## **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. По дисциплине предусмотрен *зачет*

Б1.О.12.10 КОПИРАЙТИНГ

### **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:

38. систематизация знаний о копирайтинге как сфере деятельности и виде занятости;
39. освоение инструментов создания коммерческих текстов, ключевых форм и способов;
40. освещение основных направлений для профессионального развития, анализ ключевых

- работодателей;
41. 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 форм 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**

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

<b>Категория компетенций</b>	<b>Код компетенции</b>	<b>Формулировка компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>
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 стиль общения на русском языке в 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
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
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	ПК-1.1. Осуществляет поиск темы и выявляет существующую проблему ПК-1.2. Получает информацию в ходе профессионального общения с героями, свидетелями, экспертами и фиксирует полученные сведения ПК-1.3. Отбирает релевантную информацию из доступных документальных источников ПК-1.4. Проверяет достоверность полученной информации, разграничивает факты и мнения ПК-1.5. Предлагает творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного журналистского опыта ПК-1.6. Соблюдает профессиональные этические нормы на всех этапах работы ПК-1.7. Готовит к публикации журналистский текст (или) продукт с учетом требований редакции СМИ или другого медиа
Осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	ПК-2.	Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	ПК-2.1. Приводит журналистский текст и (или) продукт разных видов в соответствие с языковыми нормами ПК-2.2. Контролирует соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в журналистском тексте и (или) продукте ПК-2.3. Контролирует соблюдение профессиональных этических норм в журналистском тексте и (или) продукте ПК-2.4. Учитывает технологические требования разных типов СМИ и других медиа при редактировании журналистского текста и (или) продукта
Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного	ПК-3.	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в	ПК-3.1. Предлагает творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере

проекта в сфере журналистики		сфере журналистики	журналистики ПК-3.2. Решает поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере журналистики ПК-3.3. Реализует журналистский проект в рамках своих полномочий и несет ответственность за результат
Распространение общечеловеческих ценностей с помощью журналистского текста и (или) продукта	ПК-5.	Способен учитывать общечеловеческие ценности в процессе создания журналистского текста и (или) продукта	ПК-5.1. Соотносит вопросы информационной повестки дня с общечеловеческими ценностями ПК-5.2. Определяет ценностные приоритеты при отборе освещаемых явлений и событий ПК-5.3. Придерживается общечеловеческих ценностей при создании журналистского текста и (или) продукта

## **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. По дисциплине предусмотрен *зачет и экзамен*

### **Б1.О.12.12 ИССЛЕДОВАНИЯ В КОММУНИКАЦИИ**

#### **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);
  - Поведение потребителей 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 обучающихся следующих профессиональных компетенций: УК-1; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-7; ПКО-1; 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:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
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>
Анализ и оценка профессиональной	ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего	ОПК-2.1. Анализирует и обобщает профессиональную информацию на теоретико-методологическом уровне; профессиональной информации, научных теорий, концепций и актуальных подходов

информации		освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	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 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 ОПК7.2 просчитывает результаты профессиональной деятельности в социальном плане ОПК7.3 использует навыки получения культурных знаний при осуществлении коммуникационной активности
	ПК2	Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	ПК2-1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ПК2-2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ПК2-3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта
	ПК-4	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК4.1 формирует этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 4.2 принимает результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 4.3 использует навыки разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации



## **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. По дисциплине предусмотрен *экзамен*.

### **Б1.О.12.13 КОНТЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ**

#### **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**

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:

	<b>Код компетенции</b>	<b>Содержание компетенции (части компетенции)</b>	<b>Результаты обучения</b>
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
			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
			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 3 семестре, составляет 4 зачетных единиц. По дисциплине предусмотрен *зачет*.

### **Б1.О.12.14 КОММУНИКАЦИЯ В НЕКОММЕРЧЕСКОЙ СФЕРЕ**

#### **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***

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных и профессиональных компетенций: ОПК-7, ПКО-1, 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.

По итогам освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

<b>Категория компетенций</b>	<b>Код компетенции</b>	<b>Формулировка компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>
	ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает актуальные тенденции развития принципов социальной ответственности в мире и в России. ОПК-7.2. Умеет просчитывать результаты профессиональной деятельности в социальном плане. ОПК-7.3. Владеет навыками использования культурных знаний при осуществлении социальных

			связей.
	ПКО-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	<p>ПКО-1.1. Знает этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.</p> <p>ПКО-1.2. Умеет просчитывать результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.</p> <p>ПКО-1.3. Владеет навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.</p>
	ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	<p>ПК-2.1. Знает принципы открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.</p> <p>ПК-2.2. Умеет использовать совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности в своей профессиональной деятельности.</p> <p>ПК-2.3. Владеет навыками разработки и распространения медиапродуктов и коммуникационных продуктов с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.</p>
	ПК-4	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	<p>ПК-4.1. Знает этапы процесса разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации.</p> <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>

## **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. По данной дисциплине предусмотрен экзамен.

### **Б1.О.12.15 РАБОТА С ИНФОРМАЦИЕЙ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ**

#### **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», «Маркетинговое тестирование аудитории»*.

## **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**

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:

<b>Категория компетенций</b>	<b>Код компетенции</b>	<b>Формулировка компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>
------------------------------	------------------------	---------------------------------	---

Коммуникация	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
Профессиональная компетентность	ПК-4	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК-4.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы ПК-4.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности

## 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. По дисциплине предусмотрен *зачет*.

### Б1.О.12.16 ВИЗУАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ В КОММУНИКАЦИИ

#### 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 «**Визуальные решения 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 «*Визуальные решения 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 «*Визуальные решения в 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:

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

## 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:

**ОПК-1**

**ОПК-3**

**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:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
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, особенностями иных знаковых систем	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
Культурная компетентность	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.
Профессиональная компетентность	ОПК-6	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

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

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 6 семестре, составляет 5 зачетных единиц. По дисциплине предусмотрен *зачет*.

Б1.О.12.17 КОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ



## 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

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

ОПК-2

ОПК-4

ОПК-7

ПК-2

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
Общество и государство	ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их	ОПК2.1. Осуществляет мониторинг и отбор актуальной информации ОПК2.2. Ассистирует при разработке и осуществлении

		разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	коммуникационных действий ОПК-2.3 Владеет навыком разработки и осуществления 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
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
	ПКО-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПКО-1.1 Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПКО-1.2 Уметь проводить коммуникационные кампании ПКО-1.3 Владеть навыком реализации коммуникационных проектов
	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
	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

## **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. По дисциплине предусмотрен *экзамен*

### **Б1.О.12.18 ПОЛИТИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ И ПОЛИТИЧЕСКИЙ КОНСАЛТИНГ**

#### **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**

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**  
**ПКО-1**  
**ПКО-2**  
**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:

<b>Категория компетенций</b>	<b>Код компетенции</b>	<b>Формулировка компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>
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

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
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.
		ОПК-4	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Знание тенденций коммуникаций	ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои

		политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
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
Функциональная подготовка	ПКО-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПКО-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 ПКО-1.2. Осуществляет такти-ческое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПКО-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
Знание рынка СМИ	ПКО-2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПКО-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПКО-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

Умение работать в системе коммуникаций	ПК-4	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК-4.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-4.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ПК-4.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR кампаний при создании коммуникационного продукта
--	------	---	---

## 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. По дисциплине предусмотрены *диф.зачет*.

### Б1.О.12.19 ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ КОММУНИКАЦИИ

#### 1.5. 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):

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

#### 1.6. 1.2. 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

**1.7. 1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.**

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующей универсальной компетенции: 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).

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



Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
<b>Системное и критическое мышление</b>	<b>УК-1</b>	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>
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>УК-2.1. 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>УК-2.2. Уметь:</p> <p>Руководствоваться требованиями нормативных правовых актов при осуществлении профессиональной деятельности</p> <p>УК-2.3. Владеть:</p> <p>навыками правовой оценки событий, сопровождающих профессиональную деятельность; навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности</p>

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

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных единицы. Предусмотрен экзамен в 7 семестре

### **Б1.О.12.20 ОРГАНИЗАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ В КОММУНИКАЦИИ**

#### **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 «Организауионное 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**

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-2, ; 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:

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

		информации, применять системный подход для решения поставленных задач	разнородные 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
	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
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
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
Эффекты	ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя	ОПК-7.1 Знать: актуальные тенденции развития принципов социальной ответственности в мире и

		принципам социальной ответственности	стране ОПК7.2 Уметь: просчитывать результаты профессиональной деятельности в социальном плане ОПК7.3 Владеть: навыками использование культурных знаний при осуществлении коммуникационной активности
	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
	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

## 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. По дисциплине предусмотрен экзамен.

## 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

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

**ОПК-3**

**ОПК-4**

**ОПК-5**

**ОПК-6**

**ОПК-7**

**ПК-2**

**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
-----------------------	-----------------	--------------------------	--

Коммуникация в обществе	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.
	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
	ОПК-5	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные 18 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
			ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
	ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные	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

		технологии	общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
	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
Профессиональная ответственность	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
Профессиональное мастерство	ПК-4	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК-4.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы ПК-4.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости 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 8 семестре, составляет 4 зачетных единиц. По дисциплине предусмотрен *зачет*.

#### Б1 В01 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА

##### 1.1. Цель и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины «Основы маркетинга и маркетинговых коммуникаций» 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 «*Основы маркетинга и маркетинговых коммуникаций*» 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 «*Основы маркетинга и маркетинговых коммуникаций*» 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:

- Маркетинговое тестирование аудитории;
- 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:

<b>Категория компетенций</b>	<b>Код компетенции</b>	<b>Формулировка компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>
	ПКО-2	Способен осуществлять	ПКО-2.1. Знает специфику разных



		авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	типов СМИ и других медиа, а также имеющегося мирового и отечественного опыта авторской деятельности в медиасфере.
			ПКО-2.2. Умеет применять на практике знания специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта авторской деятельности.
			ПКО-2.3. Владеет навыками обеспечения высокой эффективности коммуникаций при осуществлении авторской деятельности в разных типах СМИ и других медиа.

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

Общая трудоемкость дисциплины «Основы маркетинга и маркетинговых коммуникаций», изучаемой при очной форме обучения в 3 семестре, при заочной форме обучения - в 2, 3 семестрах, составляет 4 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен экзамен.

### **Б1.В.02 ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

#### **1.1. Цель и задачи учебной дисциплины**

Цель учебной дисциплины «Поведение потребителей» заключается в получении обучающимися теоретических знаний о средствах и методах стратегического маркетинга с их последующим применением в профессиональной сфере и формировании практических навыков по применению маркетинговых стратегий и маркетинговых технологий.

Задачи учебной дисциплины:

1. Сформировать представление о маркетинге как о философии бизнеса и концепции рыночного управления организацией.
2. Знать основные средства и методы стратегического маркетинга.
3. Уметь проводить внешний и внутренний маркетинговый анализ.
4. Быть компетентным в вопросах принятия решений по формированию и реализации маркетинговой политики (товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной).
5. Приобрести первичные навыки выбора и разработки маркетинговых стратегий на разных уровнях управления маркетингом.

#### **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:

- Экономика;
- Социология;
- Общая теория коммуникации;
- Исследования в коммуникации;
- Проектная деятельность и др.

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

- Корпоративная коммуникация;
- Поведение потребителей;
- Технологии брендинга;
- Международные коммуникации 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 и профессиональных компетенций: ПКО-3, ПК-2, ПКО-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:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
	ПКО-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПКО-3.1. Знает сущность и особенности основных технологий маркетинговых коммуникаций.
			ПКО-3.2. Умеет применять на практике технологии различных видов маркетинговых коммуникаций.
			ПКО-3.3. Владеет навыками разработки и реализации коммуникационного продукта на основе технологий различных видов маркетинговых коммуникаций.
	ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК-2.1. Знает принципы открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.
			ПК-2.2. Умеет использовать совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности в своей профессиональной деятельности.
			ПК-2.3. Владеет навыками разработки и распространения медиапродуктов и коммуникационных продуктов с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.
	ПК-4	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК-4.1. Знает этапы процесса разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации.
			ПК-4.2. Умеет принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации.

			ПК-4.3. Владеет навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации.
--	--	--	--

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

Общая трудоемкость дисциплины «Поведение потребителей», изучаемой в 5 семестре, составляет 4 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен зачет

Б1.В03 ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

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

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

Изучение дисциплины «Интернет-маркетинг» 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**

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

**ПК-2, 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:

	Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения
Коммуникация	ПК-2	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и	ПК2.1. Осуществляет мониторинг и отбор актуальной информации

		(или) медиапродукты	ПК2.2. Ассистирует при разработке и осуществлении коммуникационных действий
			ПК-2.3 Владеет навыком разработки и осуществления коммуникационных действий
Профессиональная компетентность	ПК-4	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ПК4.1.. Осуществляет мониторинг и отбор актуальной информации
			ПК4.2 Ассистирует при разработке и осуществлении коммуникационных действий
			ПК4.3. 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 4 семестре, составляет 4 зачетных единиц. По дисциплине предусмотрен *экзамен*

### Б1.В04 КРИЗИСНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

#### 1.1. Цель и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины «Кризисные коммуникации» заключается в получении обучающимися теоретических знаний о кризисных коммуникациях с их последующим применением в профессиональной сфере и формировании практических навыков разрешения кризисных ситуаций, происходящих в коммерческих и некоммерческих организациях, с помощью различных средств кризисных коммуникаций.

Задачи учебной дисциплины:

1. Знать процесс кризиса, виды кризисных ситуаций.
2. Знать принципы управления кризисами, правила построения антикризисной команды и основы кризисного планирования.
3. Уметь выбирать оптимальные средства кризисных коммуникаций через СМИ и сеть Интернет.
4. Овладеть навыками нахождения решений кризисных ситуаций с применением кризисных коммуникаций.
5. Приобрести навыки составления антикризисных обращений от лица руководства организации.

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

Учебная дисциплина «Кризисные коммуникации» 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 «Кризисные коммуникации» 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;
- Экономика;
- Социология.

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

- Корпоративная коммуникация;
- Организационное развитие в коммуникации;
- Политические коммуникации и политический консалтинг;
- 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 и профессиональных компетенций: ПК-3, 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:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
	ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ОПК-3.1. Знает актуальные тенденции развития мировой культуры.
			ОПК-3.2. Умеет применять знания культурных процессов при осуществлении коммуникационной деятельности.
			ОПК-3.3. Владеет навыками использования культурных знаний при осуществлении коммуникационной деятельности.
	ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК-2.1. Знает принципы открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.
			ПК-2.2. Умеет использовать совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности в своей профессиональной деятельности.
			ПК-2.3. Владеет навыками разработки и распространения

			медиапродуктов и коммуникационных продуктов с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.
	ПК-4	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	<p>ПК-4.1. Знает этапы процесса разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации.</p> <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>

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

Общая трудоемкость дисциплины «Кризисные коммуникации», изучаемой при очной форме обучения в 5 семестре, при заочной форме обучения в 4, 5 семестрах, составляет 4 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен зачет.

### Б1.В.05 ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ СПЕЦИАЛЬНЫХ СОБЫТИЙ

#### 1.1. Цель и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний и практических профессиональных навыков по организации мероприятий, разработки, реализации и оценки эффективности мероприятий в области рекламы и связей с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах

##### Задачи учебной дисциплины:

1. формирование понятий о роли и специфике специальных мероприятий в интегрированных коммуникациях организаций, значении в технологическом процесс современных рекламы и связей с общественностью;
2. развить у студентов базовые навыки менеджмента деятельности по организации мероприятий (планирования, бюджетирования, оценки эффективности);
3. познакомить обучающихся с разнообразием форм мероприятий и раскрыть особенности их подготовки;
4. формирование умений применять полученные знания в практической деятельности, решать практические задачи согласно алгоритму коммуникационной кампании в коммерческой и некоммерческой сферах при организации и реализации мероприятий.

#### 1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Учебная дисциплина «**Организация и проведение специальных событий**» реализуется в **базовой** части основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью очной, очно-заочной формам обучения.**

Изучение учебной дисциплины «**Организация и проведение специальных событий**» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда учебных дисциплин: «*Теория и практика рекламы и связей с общественностью*», «*Введение в коммуникацию и профессиональные творческие мастерские*»,

Изучение учебной дисциплины «Стратегическое планирование и реализация рекламных и пиар-проектов» является базовым для последующего освоения программного материала учебных дисциплин: «*Реклама и связи с общественностью в некоммерческой сфере*», «*Медиарилейшнз*»

### **1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы**

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих **общепрофессиональных и профессиональных** компетенций: ПК-1, ПК-2, ПК-3, 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	Результаты обучения
ПК-1	способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия	Знать: специфику организации и медиа сопровождения 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 и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность	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	Знать: проблемы управления рисками
		Уметь: осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий
		Владеть: процессом анализа мероприятия, включающего (состоящего) семь аспектов экспертизы: коммерческий, технический, институциональный, экологический, социальный, финансовый и экономический

## **2. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося**

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

### **Б1.В.06 ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММУНИКАЦИОННОГО АГЕНТСТВА**

#### **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**

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

- ПКО-1
- ПКО-2
- ПКО-3
- ПК-2
- 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:

<b>Категория компетенций</b>	<b>Код компетенции</b>	<b>Формулировка компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения</b>
------------------------------	------------------------	---------------------------------	---



			<b>компетенции</b>
	ПКО-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПКО-1.1 Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПКО-1.2 Уметь проводить коммуникационные кампании ПКО-1.3 Владеть навыком реализации коммуникационных проектов
Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	ПКО-2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПКО2.1 Знать: специфику разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного ПКО2.2 Уметь: использовать на практике знания специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта ПКО2.3 Владеть: навыками достижения эффективности коммуникаций с учетом мирового и отечественного опыта
Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	ПКО-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПКО-3.1 Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПКО 3.2 Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПКО 3.3 Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций
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

<p>Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>ПК-4</p>	<p>Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации</p>	<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>
---	-------------	--	---

## **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 *экзамен*.

### **Б1.В.07 МАРКЕТИНГОВОЕ ТЕСТИРОВАНИЕ АУДИТОРИИ**

#### **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 маркетинговых исследований 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 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 «*Маркетинговое тестирование аудитории*» 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», «Финансовый маркетинг». Изучение учебной дисциплины «*Маркетинговое тестирование аудитории*» 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 обучающихся следующих профессиональных компетенций: УК-1; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-7; ПКО-1; 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 продемонстрировать следующие результаты:

<b>Категория компетенций</b>	<b>Код компетенции</b>	<b>Формулировка компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>
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
			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 собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения
			УК-1.5. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки

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
			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
			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
			ОПК7.2 просчитывает результаты профессиональной деятельности в социальном плане
			ОПК7.3 использует навыки получения культурных знаний при осуществлении коммуникационной активности
	ПКО-1	Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	ПКО-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
			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-4	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и	ПК4.1 формирует этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации

		(или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК 4.2 принимает результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации
			ПК 4.3 использует навыки разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации

## 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. По дисциплине предусмотрен *экзамен*.

### Б1.В.08 ЛИЧНЫЕ ПРОДАЖИ

#### 1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися практических знаний, умений и навыков в сфере профессиональных контактов с потребителями. Этот навык представляет несомненную важность для практической работы в сфере коммуникаций. Дисциплина предполагает знакомство с широким спектром подходов к проблематике эффективных продаж, с последующим применением полученных знаний на практике, в условиях индивидуальной и командной работы.

Задачи дисциплины:

1. Практическое освоение комплекса знаний о потребителях
2. Систематизация знаний о деятельности в сфере коммуникации, направленной на обеспечение потребления медиапродукта;
3. Формирование базового навыка работы во сферах коммуникации при подготовке потребительского медиапродукта;
4. Освоение на базовом уровне основных направлений работы с потребителями разной степени готовности к диалогу

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

Дисциплина «Личные продажи» 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 – программы *бакалавриата*

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: **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 дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Коммуникация	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
<b>Профессиональная компетентность</b>	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

Объем дисциплины 4 зачетных единицы, в 7 семестре предусмотрен зачет

#### Б1.В.10 ТЕХНОЛОГИИ БРЕНДИНГА

##### 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:

- Поведение потребителей;
- Организация и проведение специальных событий;
- Корпоративная коммуникация;

### **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: 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 учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

<b>Категория компетенций</b>	<b>Код компетенции</b>	<b>Формулировка компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>
------------------------------	------------------------	---------------------------------	---

	ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	<p>ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>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</p>
--	------	--	--

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

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

### **Б1.В.10 ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ФОКУС-ГРУПП**

#### **1.1 Цель и задачи дисциплины**

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися практических знаний, умений и навыков в сфере анализа профессиональных коммуникаций и медиа. Этот навык представляет несомненную важность для аналитической и практической работы в сфере коммуникаций. Дисциплина предполагает знакомство с широким спектром подходов к аналитике и исследованиям, с последующим применением полученных знаний на практике, в условиях индивидуальной и командной работы.

Задачи дисциплины:

1. Практическое освоение комплекса знаний о фокус-группе как методе изучения аудитории медиа
2. Систематизация знаний о исследовательской деятельности в сфере коммуникации, направленной на потребление медиапродукта;
3. Формирование базового навыка работы аналитика (качественные методы) во сферах коммуникации при подготовке потребительского медиапродукта;
5. освоение на базовом уровне основных направлений проведения фокус-групповых исследований

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

Дисциплина «Организация и проведение фокус-групп» 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 – программы *бакалавриата*

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 – программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

<b>Категория компетенций</b>	<b>Код компетенции</b>	<b>Формулировка компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>
Профессиональная компетентность	ПК-2	Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	ПК-2.1. Приводит журналистский текст и (или) продукт разных видов в соответствие с языковыми нормами ПК-2.2. Контролирует соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в журналистском тексте и (или) продукте ПК-2.3. Контролирует соблюдение профессиональных этических норм в журналистском тексте и (или) продукте ПК-2.4. Учитывает технологические требования разных типов СМИ и других медиа при редактировании журналистского текста и (или) продукта
Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики	ПК-3.	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики	ПК-3.1. Предлагает творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики ПК-3.2. Решает поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере журналистики ПК-3.3. Реализует журналистский проект в рамках своих полномочий и несет 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	ПК-4.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы  ПК-4.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается

			на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности
Культурная компетентность	ПК-5.	Способен учитывать общечеловеческие ценности в процессе создания коммуникационного продукта	ПК-5.1. Соотносит вопросы информационной повестки дня с общечеловеческими ценностями ПК-5.2. Определяет ценностные приоритеты при отборе освещаемых явлений и событий ПК-5.3. Придерживается общечеловеческих ценностей при создании журналистского текста и (или) продукта

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

Объем дисциплины 3 зачетных единицы, в 6 семестре предусмотрен экзамен

### **Б1.В.12 МЕЖДУНАРОДНЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

#### **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

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

ПКО-2

ПКО-3

ПК-2

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:

<b>Категория компетенций</b>	<b>Код компетенции</b>	<b>Формулировка компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>
Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	ПКО-2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПКО2.1 Знать: специфику разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного ПКО2.2 Уметь: использовать на практике знания специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта ПКО2.3 Владеть: навыками достижения эффективности коммуникаций с учетом мирового и отечественного опыта
Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	ПКО-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПКО-3.1 Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПКО 3.2 Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПКО 3.3 Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций
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

## **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. По дисциплине предусмотрен *зачет*.

### **Б1.В.13 СПОНСОРСТВО И ФАНДРАЙЗИНГ**

#### **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 «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

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

ПКО-2

ПКО-3

ПК-2

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
Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	ПКО-2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПКО2.1 Знать: специфику разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного ПКО2.2 Уметь: использовать на практике знания специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта ПКО2.3 Владеть: навыками достижения эффективности коммуникаций с учетом мирового и отечественного опыта
Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	ПКО-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПКО-3.1 Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПКО 3.2 Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПКО 3.3 Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций
Продвижение социально значимых ценностей с	ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости,	ПК2.1 Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

помощью коммуникационного продукта		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

## **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. По дисциплине предусмотрен экзамен.

### **Б1.В.ДВ.01.01 ЧЕЛОВЕК В КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

#### **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 профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата*

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: УК-5, УК-6, в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.02. *Журналистика*.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
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
			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
			УК-6.2 Умеет организовывать свою рабочую обстановку, выбирать инструменты для достижения целей.: действовать в нестандартных ситуациях
			УК-6.3 Владеет базовыми навыками саморазвития.

## 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. По дисциплине предусмотрен *зачет*.

### 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 «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 профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата*

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: УК-5, УК-6, в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.02. *Журналистика*.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Межкультурное взаимодействие	УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в	УК-5.1 Знает различия этнических особенностей, традиций и культур



		социально-историческом, этическом и философском контекстах	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
			УК-6.2 Умеет организовывать свою рабочую обстановку, выбирать инструменты для достижения целей.: действовать в нестандартных ситуациях
			УК-6.3 Владеет базовыми навыками саморазвития.

## 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. По дисциплине предусмотрен *зачет*.

### 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 коммуникаций в социальном пространстве и времени через развитие компетенций, позволяющих осуществлять профессиональную деятельность с учетом основ социокультурной коммуникации и знаний особенностей межкультурного взаимодействия.

Задачи дисциплины:

1. представить анализ современного социокультурного пространства, отражающего социально-политические и коммуникативные ситуации в обществе;
2. сформировать представление о сущности социокультурной коммуникации как механизмвзаимодействия в современном мире;
3. выявить взаимосвязь факторов, обуславливающих адекватную передачу и восприятие социально значимой информации в межличностной и массовой коммуникации;
4. рассмотреть феномен информационного общества и показать значимость социально-коммуникативных параметров в современных контекстах образовательной и предстоящей профессиональной деятельности;
5. актуализировать критичность, креативность и проективность мышления студентов при осмыслении и интерпретации наиболее важных проблем социокультурной коммуникации в современном обществе;
6. проанализировать специфические особенности межкультурной коммуникации, основные концепции межкультурной коммуникации в условиях глобализации и информатизации социокультурного пространства;
7. сформировать навыки наблюдения и анализа ситуаций социокультурного взаимодействия спозиций норм и стандартов поведения, принятых в культуре; умение

пользоваться основными способами и приемами социокультурной 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 форм обучения.

Изучение дисциплины 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**

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: УК-5, УК-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:

<b>Категория компетенций</b>	<b>Код компетенции</b>	<b>Формулировка компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>
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
			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
			УК-6.2 Умеет организовывать свою рабочую обстановку, выбирать инструменты для достижения целей.: действовать в нестандартных ситуациях
			УК-6.3 Владеет базовыми навыками саморазвития.

## 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. По дисциплине предусмотрен *зачет*.

### Б1.В.ДВ.01.03 ТЕХНОЛОГИИ БЕЗБАРЬЕРНОЙ СРЕДЫ

#### 1.1 Цель и задачи дисциплины

**Цель дисциплины** *Технологии возможностей и безбарьерной среды* 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» очной и заочной форм обучения.

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 образовательной программы

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
	УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и	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

		философском контекстах	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
	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

## 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. По дисциплине предусмотрен зачет.

Б1.В.ДВ.01.03 АДАПТИВНЫЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОНСУЛЬТАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

### 1.1. Цель и задачи учебной 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 учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Учебная дисциплина «Адаптивные информационно-коммуникационные технологии» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной

программы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) очной и заочной формам обучения.

Изучение дисциплины (модуля) «*Наименование дисциплины (модуля)*» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин (модулей): «*Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия*», «*Социология*»

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

- «*Проектная деятельность*»;

### **1.3 Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.**

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций: УК-1в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программа бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата).

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

<b>Категория компетенций</b>	<b>Код компетенции</b>	<b>Формулировка компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>
	УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<p>УК-5.1. Отмечает и анализирует особенности межкультурного взаимодействия (преимущества и возможные проблемные ситуации), обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем</p> <p>УК-5.2. Предлагает способы преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии</p> <p>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</p>
	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>

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

Общая трудоемкость дисциплины (модуля), изучаемой в 1 семестре, составляет 2 зачетные единицы. По дисциплине (модулю) предусмотрен *зачет*.

### **Б1.В.ДВ.02.01 МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ УСЛУГ**

#### **1.1. Цель и задачи учебной дисциплины**

Цель учебной дисциплины «Маркетинг в сфере услуг» заключается в получении обучающимися теоретических знаний о социально-экономических категориях в сфере маркетинга, концептуальных основах, средствах и методах маркетинга с их последующим применением в профессиональной сфере и формировании практических навыков маркетинговой деятельности.

Задачи учебной дисциплины:

1. знать понятие и сущность маркетинга, его место в системе управления организацией;
2. знать виды и источники маркетинговой информации;
3. сформировать представление о средствах и методах маркетинга, возможностях их практического применения;
4. уметь осуществлять поиск вторичных данных о субъектах рынка и текущей рыночной ситуации;
5. приобрести навыки оценки конкурентоспособности товаров (организаций), разработки комплекса маркетинговых мероприятий, направленных на повышение конкурентоспособности различных видов продукции (организаций).

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

Учебная дисциплина «Маркетинг в сфере услуг» 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 сфере услуг» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала следующих учебных дисциплин:

- Экономика;
- Социология;
- Общая теория коммуникации и др.

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

- Корпоративная коммуникация;
- Поведение потребителей;
- Международные коммуникации 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, ПКО-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:

<b>Категория компетенций</b>	<b>Код компетенции</b>	<b>Формулировка компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>
------------------------------	------------------------	---------------------------------	---

	ПКО-2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПКО-2.1. Знает специфику разных типов СМИ и других медиа, а также имеющегося мирового и отечественного опыта авторской деятельности в медиасфере. ПКО-2.2. Умеет применять на практике знания специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта авторской деятельности. ПКО-2.3. Владеет навыками обеспечения высокой эффективности коммуникаций при осуществлении авторской деятельности в разных типах СМИ и других медиа.
	ПКО-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПКО-3.1. Знает сущность и особенности основных технологий маркетинговых коммуникаций. ПКО-3.2. Умеет применять на практике технологии различных видов маркетинговых коммуникаций. ПКО-3.3. Владеет навыками разработки и реализации коммуникационного продукта на основе технологий различных видов маркетинговых коммуникаций.

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

Общая трудоемкость дисциплины «Маркетинг в сфере услуг», изучаемой в 4 семестре, составляет 4 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен зачет.

### Б1.В.ДВ.02.02 РЕКЛАМНЫЙ КРЕАТИВ

#### 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:

42. Получение знаний о системе креативных технологий и креативного процесса в целом;
43. освоение базового научного аппарата современной коммуникативистики, профессионального языка специалиста в сфере коммуникации;
44. сформировать представление о творческом процессе, о его этапах, необходимых элементах;
45. 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*

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
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

## 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. По дисциплине предусмотрен *зачет*.

### Б1.В.ДВ.02.03 СОЗДАНИЕ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ

#### 1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины «Создание коммерческого предложения» 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 аудиторию
  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;
6. освоение на базовом уровне основных навыков составления коммерческого предложения как вида деловой корреспонденции

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

Дисциплина «Создание коммерческого предложения» 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 – программы бакалавриата**

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

<b>Категория компетенций</b>	<b>Код компетенции</b>	<b>Формулировка компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>
Профессиональная компетентность	ПК-2	Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	ПК-2.1. Приводит журналистский текст и (или) продукт разных видов в соответствие с языковыми нормами ПК-2.2. Контролирует соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в журналистском тексте и (или) продукте ПК-2.3. Контролирует соблюдение профессиональных этических норм в журналистском тексте и (или) продукте ПК-2.4. Учитывает технологические требования разных типов СМИ и других медиа при редактировании журналистского текста и (или) продукта

	ПК-3.	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики	<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 индивидуальным 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>
	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>

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

Объем дисциплины 4 зачетных единицы, в 4 семестре предусмотрен зачет

Б1.В.ДВ.02.04 ТЕХНОЛОГИИ ПОИСКОВОЙ ОПТИМИЗАЦИИ

### 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

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

**ПКО-2**

**ПКО-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
Коммуникация	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

Профессиональная компетентность	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>
---------------------------------	------	---	--

## **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 *зачет*.

### **Б1.В.ДВ.03.01 ПРОДАКТ-ПЛЕЙСМЕНТ**

#### **1.1 Цель и задачи дисциплины**

Цель дисциплины «Продакт-плейсмент» заключается в получении обучающимися практических знаний, умений и навыков в сфере взаимодействия в такой профессиональных коммуникаций как шоу-бизнес и кинематограф, где реализуются категории продакт-плейсмента. Этот навык представляет несомненную важность для аналитической и практической работы в данной сфере коммуникаций. Дисциплина предполагает знакомство с подходами к работе в сфере рекламных технологий с последующим применением полученных знаний на практике, в условиях индивидуальной и командной работы.

Задачи дисциплины:

1. Практическое освоение комплекса знаний и умений в сфере актуальных рекламных технологий в части воздействия на аудитории
2. Систематизация знаний о потребительской и деловой активности в данной сфере коммуникации, направленной на потребление специфического медиапродукта, в том числе шоу-бизнеса;
3. Формирование базового навыка работы в актуальных рекламных сферах
4. освоение на базовом уровне основных навыков работы в продакт-плейсмент

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

Дисциплина «Продакт-плейсмент» 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 «Реклама и связи с общественностью в шоу-бизнесе и спорте» 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 – программы бакалавриата

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций: **ПК-2 ПК-3 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	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Профессиональная компетентность	ПК-2	Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	ПК-2.1. Приводит журналистский текст и (или) продукт разных видов в соответствие с языковыми нормами ПК-2.2. Контролирует соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в журналистском тексте и (или) продукте ПК-2.3. Контролирует соблюдение профессиональных этических норм в журналистском тексте и (или) продукте ПК-2.4. Учитывает технологические требования разных типов СМИ и других медиа при редактировании журналистского текста и (или) продукта
	ПК-3.	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики	ПК-3.1. Предлагает творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики ПК-3.2. Решает поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере журналистики ПК-3.3. Реализует журналистский проект в рамках своих полномочий и несет ответственность за результат
	ПК-4.	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК-4.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы  ПК-4.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной

			ответственности
--	--	--	-----------------

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

Объем дисциплины 3 зачетных единицы, в 5 семестре предусмотрен зачет

Б1.В.ДВ.03.03 МОБИЛЬНАЯ РЕКЛАМА

### 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 «**Мобильная реклама**»;
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 «*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

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: **ПК-2 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*.

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Профессиональная компетентность	ПК-2	Способен осуществлять	ПК-2.1. Приводит журналистский текст и (или) продукт разных видов в

		редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	соответствие с языковыми нормами ПК-2.2. Контролирует соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в журналистском тексте и (или) продукте ПК-2.3. Контролирует соблюдение профессиональных этических норм в журналистском тексте и (или) продукте ПК-2.4. Учитывает технологические требования разных типов СМИ и других медиа при редактировании журналистского текста и (или) продукта
	ПК-3.	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики	ПК-3.1. Предлагает творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики ПК-3.2. Решает поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере журналистики ПК-3.3. Реализует журналистский проект в рамках своих полномочий и несет ответственность за результат
	ПК-4.	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК-4.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы  ПК-4.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности

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

Объем дисциплины 3 зачетных единицы, в 5 семестре предусмотрен зачет

Б1.В.ДВ.03.05 ЛОКАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ

### **1.1. Цель и задачи учебной дисциплины**

Цель учебной дисциплины «Локальный маркетинг» состоит в формировании у студентов знаний об актуальных 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 «глобального» маркетинга;
2. определить место локального маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций;
3. изучить особенности восприятия целевой аудиторией различных видов контента локального уровня;
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 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», «Маркетинговое тестирование аудитории», «Технологии брендинга» и других.

### ***1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.***

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-2, ПК-3, ПК-4

<b>Категория компетенций</b>	<b>Код компетенции</b>	<b>Формулировка компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>
Профессиональная компетентность	ПК-2	Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	ПК-2.1. Приводит журналистский текст и (или) продукт разных видов в соответствие с языковыми нормами ПК-2.2. Контролирует соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в журналистском тексте и (или) продукте ПК-2.3. Контролирует соблюдение профессиональных этических норм в журналистском тексте и (или) продукте ПК-2.4. Учитывает технологические требования разных типов СМИ и других медиа при редактировании журналистского текста и (или) продукта
Профессиональная компетентность	ПК-3.	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного	ПК-3.1. Предлагает творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики ПК-3.2. Решает поставленные задачи



		проекта в сфере журналистики	при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере журналистики ПК-3.3. Реализует журналистский проект в рамках своих полномочий и несет ответственность за результат
	ПК-4.	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК-4.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы  ПК-4.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности

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

Объем дисциплины 3 зачетных единицы, в 5 семестре предусмотрен зачет

### **Б1.В.ДВ.03.06 ПАРТИЗАНСКИЙ МАРКЕТИНГ**

#### **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, заочной 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», «Маркетинговое тестирование аудитории», «Технологии брендинга» и других.

**1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.**

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-2, ПК-3, ПК-4

<b>Категория компетенций</b>	<b>Код компетенции</b>	<b>Формулировка компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>
Профессиональная компетентность	ПК-2	Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	ПК-2.1. Приводит журналистский текст и (или) продукт разных видов в соответствие с языковыми нормами ПК-2.2. Контролирует соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в журналистском тексте и (или) продукте ПК-2.3. Контролирует соблюдение профессиональных этических норм в журналистском тексте и (или) продукте ПК-2.4. Учитывает технологические требования разных типов СМИ и других медиа при редактировании журналистского текста и (или) продукта
	ПК-3.	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики	ПК-3.1. Предлагает творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики ПК-3.2. Решает поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере журналистики ПК-3.3. Реализует журналистский проект в рамках своих полномочий и несет ответственность за результат
	ПК-4.	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК-4.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы  ПК-4.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации

			коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности
--	--	--	--

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

Объем дисциплины 3 зачетных единицы, в 5 семестре предусмотрен зачет

Б1.В.ДВ.03.05 НЕЙРОМАРКЕТИНГ

### ***1.1. Цель и задачи учебной дисциплины***

Цель учебной дисциплины «Нейромаркетинг» состоит в формировании у студентов знаний об актуальных формах маркетинговой деятельности и маркетинговых исследований, 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, основанного на новейших достижениях биологии, физиологии и техники.

#### Задачи учебной дисциплины:

1. дать представление о современных коммуникационных процессах, влияющих на снижение эффективности традиционных форм «классического» маркетинга;
2. определить место нейромаркетинга в системе маркетинговых коммуникаций;
3. изучить особенности восприятия целевой аудиторией различных видов контента на уровне психологических закономерностей;
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 – программы подготовки бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Маркетинговые коммуникации», **очной, заочной 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», «Маркетинговое тестирование аудитории», «Технологии брендинга» и других.

### ***1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.***

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-2, ПК-3, ПК-4

<b>Категория компетенций</b>	<b>Код компетенции</b>	<b>Формулировка компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>
Профессиональная компетентность	ПК-2	Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	ПК-2.1. Приводит журналистский текст и (или) продукт разных видов в соответствие с языковыми нормами ПК-2.2. Контролирует соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в журналистском тексте и (или) продукте ПК-2.3. Контролирует соблюдение профессиональных этических норм в журналистском тексте и (или) продукте ПК-2.4. Учитывает технологические требования разных типов СМИ и других медиа при редактировании журналистского текста и (или) продукта
	ПК-3.	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики	ПК-3.1. Предлагает творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики ПК-3.2. Решает поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере журналистики ПК-3.3. Реализует журналистский проект в рамках своих полномочий и несет ответственность за результат
	ПК-4.	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК-4.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы  ПК-4.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности

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

Объем дисциплины 3 зачетных единицы, в 6 семестре предусмотрен зачет

Б1. ВДВ 04.02 ФИНАНСОВЫЙ МАРКЕТИНГ

## 1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины «Финансовый маркетинг» заключается в получении обучающимися практических знаний, умений и навыков в сфере взаимодействия в среде профессиональных коммуникаций финансового сектора. Этот навык представляет несомненную важность для практической работы в сфере коммуникаций. Дисциплина предполагает знакомство с подходами к созданию эффективных коммуникаций с аудиторией, с последующим применением полученных знаний на практике, в условиях индивидуальной и командной работы.

Задачи дисциплины:

1. Практическое освоение комплекса воздействия на аудитории в финансовом секторе
2. Систематизация знаний о потребительской и деловой активности в сфере коммуникации, направленной на потребление финансового медиапродукта;
3. Формирование базового навыка работы продавца в сферах коммуникации ;
4. Освоение на базовом уровне основных навыков исследования потребительского поведения

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

Дисциплина «Активные продажи» 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. Дисциплина «Создание коммерческого предложения» 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 учебной дисциплины «Финансовый 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», «Маркетинговое тестирование аудитории», «Технологии брендинга» и других

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые дисциплиной: все виды практик.

## 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 универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: ПК-3 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	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Профессиональная компетентность	ПК-3.	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики	ПК-3.1. Предлагает творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики ПК-3.2. Решает поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере

			<p>журналистики</p> <p>ПК-3.3. Реализует журналистский проект в рамках своих полномочий и несет ответственность за результат</p>
	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>

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

Объем дисциплины 3 зачетных единицы, в 6 семестре предусмотрен зачет

### Б1.ВДВ 04.03МАРКЕТИНГОВОЕ ТЕСТИРОВАНИЕ АУДИТОРИИ

#### 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 маркетинговых исследований 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 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 «Маркетинговое тестирование аудитории» 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», «Финансовый маркетинг». Изучение учебной дисциплины «Маркетинговое тестирование аудитории» 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);
  - Поведение потребителей 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 обучающихся следующих профессиональных компетенций: 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:

<b>Категория компетенций</b>	<b>Код компетенции</b>	<b>Формулировка компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>
	ПК-2	Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	ПК2.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
			ПК2.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
			ПК2.3 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта
	ПК-4	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК4.1 формирует этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации
			ПК 4.2 принимает результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации
			ПК 4.3 использует навыки разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации

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

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 6 семестре, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен *зачет*

Б1.В.ДВ.05.01 Маркетинговое моделирование и прогнозирование

### **1.1. Цель и задачи учебной дисциплины**

Цель учебной дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о методологии и методике моделирования и прогнозирования маркетинговых коммуникаций с их последующим применением в профессиональной сфере и формировании практических навыков по проведению маркетинговых исследований прежде всего в коммуникационной сфере.

Задачи учебной дисциплины:

1. Получение знаний о видах и источниках информации о корпоративных и медиакоммуникациях в аспекте маркетинга
2. Изучение процесса и видов маркетинговых исследований, а также области их применения и анализа результатов
3. Формирование практических навыков маркетинговых 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 «Маркетинговое моделирование и прогнозирование» реализуется в блоке Дисциплины (модули) по выбору 4 (ДВ.6) 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», «Финансовый маркетинг», «Маркетинговое тестирование аудитории». Изучение 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: преддипломная практика

### **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 профессиональных компетенций: 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:

<b>Категория компетенций</b>	<b>Код компетенции</b>	<b>Формулировка компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>
------------------------------	------------------------	---------------------------------	---



	ПК-2	Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	ПК2.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ПК2.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ПК2.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта
	ПК-4	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК4.1 формирует этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 4.2 принимает результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 4.3 использует навыки разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации

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

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 8 семестре, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен *зачет*

**Б1.В.ДВ.05.03 НАТИВНАЯ РЕКЛАМА**

**1.1 Цель и задачи дисциплины**

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о сущности и механизмах интрнет-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 интрнет-коммуникации;
3. формирование представлений о формах, методах, направлениях и уровнях интрнет-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

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: **ПК-2 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*.

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Профессиональная компетентность	ПК-2	Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	ПК-2.1. Приводит журналистский текст и (или) продукт разных видов в соответствии с языковыми нормами ПК-2.2. Контролирует соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в журналистском тексте и (или) продукте ПК-2.3. Контролирует соблюдение профессиональных этических норм в журналистском тексте и (или) продукте ПК-2.4. Учитывает технологические требования разных типов СМИ и других медиа при редактировании журналистского текста и (или) продукта
	ПК-3.	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в коммуникационной сфере	ПК-3.1. Предлагает творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики ПК-3.2. Решает поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере журналистики ПК-3.3. Реализует журналистский проект в рамках своих полномочий и несет ответственность за результат
	ПК-4.	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК-4.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы ПК-4.2. При подготовке текстов

			рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности
--	--	--	--

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

Объем дисциплины 3 зачетных единицы, в 8 семестре предусмотрен зачет

Б1.В.ДВ.05.04 Деловая коммуникация и деловое письмо

### **1.1 Цель и задачи 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;
7. освоение на базовом уровне основных навыков составления коммерческого предложения 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 – программы *бакалавриата*

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

<b>Категория компетенций</b>	<b>Код компетенции</b>	<b>Формулировка компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>
Профессиональная компетентность	ПК-2	Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	ПК-2.1. Приводит журналистский текст и (или) продукт разных видов в соответствие с языковыми нормами ПК-2.2. Контролирует соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в журналистском тексте и (или) продукте ПК-2.3. Контролирует соблюдение профессиональных этических норм в журналистском тексте и (или) продукте
	ПК-3.	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики	ПК-3.1. Предлагает творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики ПК-3.2. Решает поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере журналистики ПК-3.3. Реализует журналистский проект в рамках своих полномочий и несет ответственность за результат
	ПК-4.	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК-4.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы  ПК-4.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности

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

Объем дисциплины 3 зачетных единицы, в 8 семестре предусмотрен зачет

### **1. Общие положения**

#### **1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля).**

Цель 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 дисциплины:

1. Изучение студентами виртуальной образовательной среды, основ современных телекоммуникационных технологий системы дистанционного обучения, способов работы с электронными контентами 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 дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы**

Дисциплина (модуль) «Студент в среде электронного обучения» реализуется в вариативной части основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки **42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата) очной и заочной форм обучения.**

Изучение дисциплины (модуля) «Студент в среде электронного обучения» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися в ходе изучения дисциплины «Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия».

Изучение дисциплины (модуля) «Студент в среде электронного обучения» является базовым для последующего освоения программного материала всех учебных дисциплин, изучаемых с использованием электронного обучения.

**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 **обще профессиональных** и **профессиональных** компетенций: ОПК-4; ПК-1 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой.

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

Код компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения
ОПК-4	<p>способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации</p>	<p><b>Знать:</b> особенности устной и письменной речи научной речи, ее отличие от других книжных видов речи</p> <p><b>Уметь:</b> понимать и анализировать тексты по специальности и создавать грамотные, связные тексты в сфере изучаемого научного направления</p> <p><b>Владеть:</b> редактировать чужой и собственный текст по специальности</p>
ПК-1	<p>владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры</p>	<p><b>Знать:</b> основы нормативно-правовой базы безопасности и охраны труда, основы политики организации по безопасности труда, основы оптимизации режимов труда и отдыха с учетом требований психофизиологии, эргономики и эстетики труда для различных категорий персонала</p> <p><b>Уметь:</b> применять на практике нормативно-правовую базу безопасности и охраны труда, осуществлять оптимизацию режимов труда и отдыха с учетом требований психофизиологии, эргономики и эстетики труда для различных категорий персонала</p> <p><b>Владеть:</b> навыками расчетов продолжительности и интенсивности рабочего времени и времени отдыха персонала, а также технологиями управления безопасностью труда персонала</p>

## **2. Объем и содержание дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося**

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных единицы

ФТД 02. ТЕХНОЛОГИИ ТРУДОУСТРОЙСТВА

### **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 «**Менеджмент**» по направлению подготовки **38.03.02 «Менеджмент» (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: ОК-3, ОК-5, ОК-6, ОПК-2; ОПК-4; ПК-3 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой.

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

Код компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения
-----------------	------------------------	---------------------

ОК-3	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	<p>Знать: основы управления карьерой и служебно-профессионального продвижения персонала</p> <p>Уметь: организовать процесс управления карьерой</p> <p>Владеть: технологиями управления карьерой</p>
ОК-5	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	<p>Знать: методы сбора информации для выявления потребности организации в обучении и развитии персонала</p> <p>Уметь: собирать и анализировать информацию для выявления кадровых потребностей организации</p> <p>Владеть: навыками сбора информации для анализа рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области управления персоналом</p>
ОК-6	способностью к самоорганизации и самообразованию	<p>Знать: основы управления карьерой</p> <p>Уметь: планировать карьеру и служебно-профессиональное продвижение</p> <p>Владеть: навыками управления карьерой, служебно-профессиональным продвижением</p>
ОПК-2	способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений	<p>Знать: основы оценки экономической и социальной эффективности инвестиционных проектов в области управления персоналом</p> <p>Уметь: оценивать экономическую и социальную эффективность инвестиционных проектов развития персонала</p> <p>Владеть: навыками реализации проектов при различных схемах и условиях инвестирования и финансирования программ развития персонала</p>



ОПК-4	<p>способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации</p>	<p>Знать: основные нормы и принципы делового общения, основные принципы делового этикета, правила публичного выступления</p> <p>Уметь: применять основные правила делового общения в практической деятельности, применять приемы риторики и аргументации</p> <p>Владеть: практическими навыками эффективного делового общения, практическими навыками публичного выступления</p>
ПК-3	<p>владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности</p>	<p>Знать: методы стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности</p> <p>Уметь: проводить стратегический анализ, разрабатывать и осуществлять стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности</p> <p>Владеть: навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности</p>

**2. Объем и содержание дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося**

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных единицы.