Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 10.11.2023 11:15:18
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

Аннотации рабочих программ дисциплин
ОП направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,
профиль подготовки
«Реклама и связи с общественностью в цифровых медиа»,
год набора 2022, форма обучения очная, очно-заочная, заочная

Аннотация рабочей программы дисциплины
История (История России, Всеобщая история)

1. Цели и задачи изучения дисциплины

К **основным целям** освоения дисциплины «История (история России, всеобщая история)» следует отнести:

- расширение и углубление у обучающихся знаний об основных закономерностях всемирно-исторического процесса;
- изучение истории России в ее проблемно-сравнительном варианте в рамках мировой эволюции человеческого общества;

К **основным задачам** освоения дисциплины «История (история России, всеобщая история)» следует отнести:

- дать представление об основных этапах и содержании всеобщей истории с древнейших времен до наших дней;
- показать на примерах из различных эпох органическую взаимосвязь российской и мировой истории;
- на основе исторического анализа и проблемного подхода осмыслить процессы и явления в России и в мировом сообществе в их динамике и взаимосвязи, руководствуясь принципами научной объективности, историзма и толерантности;
- в процессе обучения воспитать понимание гражданственности;
- показать, по каким проблемам отечественной истории ведутся сегодня дискуссии в российской и зарубежной историографии.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Учебная дисциплина «История (история России, всеобщая история)» относится к обязательной части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Дисциплина способствует осознанию поступательного развития общества, его единства и противоречивости, пониманию взаимосвязи с другими гуманитарными, социальными и естественнонаучными знаниями, выработке системных представлений о развитии мира во всех его проявлениях.

Для освоения учебной дисциплины, обучающиеся должны владеть следующими знаниями и компетенциями:

специальные требования к входным знаниям, умениям и компетенциям обучающегося не предусматриваются.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

- Философия;
- Социология в рекламе и связях с общественностью:
- Основы Рекламы.
- Основы связей с общественностью

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие ИУК-1.2. Осуществляет поиск, критически оценивает, обобщает, систематизирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи ИУК-1.3. Рассматривает и предлагает рациональные варианты решения поставленной задачи, используя системный подход, критически оценивает их достоинства и недостатки
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ИУК-5.1. Анализирует и интерпретирует события, современное состояние общества, проявления его межкультурного разнообразия в социально-историческом, этическом и философском контекстах ИУК-5.2. Осознает систему общечеловеческих ценностей, понимает значение для развития цивилизаций исторического наследия и социокультурных традиций различных социальных групп, этносов и конфессий, а также мировых религий, философских и этических учений ИУК-5.3. Взаимодействует с людьми с учетом социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет _2_ зачетных единицы (72 академических часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Философия»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

К **основным целям** освоения дисциплины «Философия» следует отнести:

- совершенствование духовной культуры;
- формирование философского мировоззрения обучающихся;
- овладение основами философского анализа действительности.

Задачами дисциплины являются:

- раскрытие места и роли философии в жизни общества и человека;
- понимание специфики и сущности важнейших философских вопросов;
- систематизированное изучение основных этапов истории философии, важнейших направлений и школ;
- постижение опыта решения узловых философских проблем.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Настоящая дисциплина относится к обязательной части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Дисциплина «Философия» занимает особое место в системе подготовки любого специалиста, так как лежит в основе его мировоззренческой и методологической подготовки.

Специальные требования к входным знаниям, умениям и компетенциям обучающегося не предусматриваются.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

- Социология в рекламе и связях с общественностью;
- Психология.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие ИУК-1.2. Осуществляет поиск, критически оценивает, обобщает, систематизирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи ИУК-1.3. Рассматривает и предлагает рациональные варианты решения поставленной задачи, используя системный подход, критически оценивает их достоинства и недостатки
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ИУК-5.1. Анализирует и интерпретирует события, современное состояние общества, проявления его межкультурного разнообразия в социально-историческом, этическом и философском контекстах ИУК-5.2. Осознает систему общечеловеческих ценностей, понимает значение для развития цивилизаций исторического наследия и социокультурных традиций различных социальных групп, этносов и конфессий, а также мировых религий, философских и этических учений ИУК-5.3. Взаимодействует с людьми с учетом социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Безопасность жизнедеятельности»

1.Цели и задачи освоения дисциплины

Для профиля «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии» направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» курс «Безопасность жизнедеятельности» является обязательной дисциплиной.

К основным **целям** освоения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» следует отнести:

– ознакомление обучающихся с концептуальными основами безопасности жизнедеятельности как современной комплексной фундаментальной науки о взаимодействии человека и окружающей среды,

– изучение основных законов и концепций безопасности жизнедеятельности, факторов, воздействующих на человека в процессе жизнедеятельности, методов защиты человека от вредных воздействий;

– формирование навыков практического применения действующих нормативно-правовых актов в области безопасности жизнедеятельности.

К числу основных **задач** освоения дисциплины относится приобретение навыков использования методов защиты в условиях чрезвычайных ситуаций.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Настоящая дисциплина относится к обязательной части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата

Изучение данной дисциплины базируется на знаниях, полученных в школе и при изучении дисциплин «Экология» и «Психология».

Для освоения учебной дисциплины, обучающиеся должны владеть следующими знаниями и компетенциями:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- способностью к самоорганизации и самообразованию.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

Производственная практика

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

3.Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	ИУК-8.1. Анализирует и идентифицирует факторы вредного влияния на жизнедеятельность элементов среды обитания (технических средств, технологических процессов, материалов, зданий и сооружений, природных и социальных явлений), а также опасные и вредные факторы в рамках осуществляемой деятельности ИУК-8.2. Понимает важность поддержания безопасных условий труда и жизнедеятельности, сохранения природной среды для обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов ИУК-8.3. Разъясняет правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения и военных конфликтов, описывает способы участия в восстановительных мероприятиях
УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	ИУК- 10.1. Понимает сущность экстремизма, терроризма, коррупции, опасность их разрушительного влияния на социальные, экономические и иные отношения в гражданском обществе; ИУК-10.2. Умеет применять правовые нормы, обеспечивающие противодействие экстремизму, терроризму, коррупции и профилактику их проявлений в сфере профессиональной деятельности; ИУК-10.3. Владеет средствами формирования нетерпимого отношения к проявлениям экстремизма, терроризма и коррупционного поведения и противодействия им в профессиональной деятельности

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Иностранный язык»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

К **основным целям** освоения дисциплины «Иностранный язык» следует отнести:

комплексное развитие сформированных на предыдущих ступенях образования коммуникативных навыков студентов, необходимых для эффективного повседневного и профессионального общения.

К **основным задачам** освоения дисциплины «Иностранный язык» следует отнести:

- освоение необходимого лексического минимума для общения в повседневных и профессиональных целях;
- развитие навыков правильного использования грамматических конструкций, обеспечивающих коммуникацию без искажения смысла;
- развитие умения воспринимать иностранную речь на слух;
- развитие навыков чтения и понимания профессиональной литературы на иностранном языке;
- развитие умения грамотно выражать свои мысли в устной и письменной форме;
- формирование адекватного речевого поведения в повседневных и профессиональных ситуациях;
- формирование и развитие навыков самостоятельной работы (работы с иноязычными источниками, поиска и анализа необходимой информации, критического мышления).

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Иностранный язык» входит в перечень обязательных дисциплин и преподается в течение двух лет обучения. Дисциплина «Иностранный язык» логически, содержательно и методически связана с другими гуманитарными дисциплинами в учебном плане, направленными на расширение кругозора, формирование гуманистического мировоззрения и развитие коммуникативных навыков.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИУК-4.1. Учитывает особенности деловой коммуникации на государственном и иностранном языках в зависимости от особенностей вербальных и невербальных средств общения ИУК-4.2. Умеет вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном и иностранном языках с учетом своеобразия стилистики официальных и неофициальных писем, а также социокультурных различий в формате корреспонденции ИУК-4.3. Выполняет перевод профессиональных текстов с иностранного языка на государственный язык РФ и с государственного языка РФ на иностранный

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 12 зачетных единиц (432 академических часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Цифровая грамотность»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Цифровая грамотность» является выработка универсальных и предметно–специализированных компетенций, способствующих профессиональной карьере и самореализации, позволяющих выпускнику успешно осуществлять научно-исследовательскую деятельность, заниматься аналитической и экспертной деятельностью, работать в масс-медиа и журналистике, заниматься музейным, архивным делом, археологией, и прочей деятельностью, связанной с применением цифровых технологий.

К основным **задачам** освоения дисциплины следует отнести:

сформировать общее представление как устроена цифровая среда;

сформировать умения общего характера, связанные с безопасностью работы с данными на компьютере и интернете;

сформировать навыки работы с библиографическими ссылками, данными в Microsoft Excel, и т.д.;

сформировать способность использовать и создавать контент на основе цифровых технологий, включая поиск и обмен информацией, ответы на вопросы, взаимодействие с другими людьми и компьютерное программирование.

2.Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

Учебная дисциплина Цифровая грамотность относится к обязательной части цикла Б.1 «Дисциплины (модули)».

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих за ней дисциплин:

- Офисный редактор в цифровой среде;
- Базы данных в стратегическом планировании коммуникаций;
- Основы кодирования и программирования в Интернет-маркетинге

3.Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине «Цифровая грамотность»:

ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ИОПК-6.1. Знает основы информационных технологий ИОПК-6.2. Владеет навыками работы с прикладным программным обеспечением ИОПК-6.3. Понимает принципы работы современных информационных технологий ИОПК-6.4. Умеет использовать современные информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 академических часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Физическая культура и спорт»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

Целью дисциплины «Физическая культура и спорт» обучающихся является формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Для достижения поставленной цели предусматривается решение следующих воспитательных, образовательных, развивающих, и оздоровительных задач:

- понимание социальной значимости физической культуры и её роли в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности;
- знание биологических, психолого-педагогических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;
- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое совершенствование и самовоспитание привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом;
- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте;
- приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности к будущей профессии и быту;
- создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений.

2.Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

Являясь компонентом общей культуры, психофизического становления и профессиональной подготовки обучающегося в течение всего периода обучения, дисциплина «Физическая культура и спорт» реализуется в рамках обязательной части Блока 1 программы бакалавриата федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

3.Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине «Физическая культура и спорт»:

УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	ИУК-7.1. Грамотно выбирает методы здоровьесбережения для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма и условий реализации профессиональной деятельности ИУК-7.2. Поддерживает оптимальный уровень физической нагрузки для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности ИУК-7.3. Соблюдает нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Введение в проектную деятельность»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Введение в проектную деятельность» является подготовка студентов к профессиональной деятельности и формирование у них умений и навыков для решения задач и реализации проектов во взаимодействии с другими обучающимися.

Задачи дисциплины:

- формирование навыков проектной работы;
- развитие у обучающихся навыков командной работы;
- развитие у обучающихся навыков презентации и защиты достигнутых результатов;
- повышение мотивации к самообразованию;
- обеспечение освоения обучающимися основных норм профессиональной деятельности;
- получение обучающимися опыта использования основных профессиональных инструментов при решении нестандартных задач в рамках проектов.

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

Дисциплина «Введение в проектную деятельность» относится к обязательной части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Дисциплина «Введение в проектную деятельность» изучается на первом курсе обучения.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

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	ИУК-2.1.Формулирует совокупность задач в рамках поставленной цели проекта, решение которых обеспечивает ее достижение ИУК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами, основными компонентами проекта и ожидаемыми результатами его реализации ИУК-2.3. Выбирает оптимальные способы планирования, распределения зон ответственности, решения задач, анализа результатов с учетом действующих правовых норм, имеющихся условий, ресурсов и ограничений, возможностей использования
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.1. Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, учитывая особенности поведения и интересы других участников команды ИУК-3.2. Планирует и анализирует последствия личных действий, адекватно оценивает идеи и предложения других участников для достижения поставленной цели в командной работе ИУК-3.3. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды, соблюдая установленные нормы и правила социального взаимодействия, несет личную ответственность за свой вклад в результат командной работы

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Социальная реклама и ее экологические аспекты»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

К **основным целям** освоения дисциплины «Социальная реклама и ее экологические аспекты» следует отнести:

– формирование у обучающихся целостного естественнонаучного, экологического мировоззрения на основе знания особенностей функционирования экосистем;

– ознакомление обучающихся с концептуальными основами экологии как современной комплексной фундаментальной науки о биосфере и экосистемах, а также воспитание навыков экологической культуры, используя методы и средства экологической рекламы.

К **основным задачам** освоения дисциплины «Социальная реклама и ее экологические аспекты» следует отнести:

–изучение основных законов и концепций экологии, основных свойств живых систем, средообразующей функции живого, структуры и эволюции биосферы и роли в ней человека;

– формирование представлений о принципах функционирования и пределах устойчивости экосистем и биосферы, о взаимодействии человека с природной средой, о причинах экологических кризисных ситуаций и о возможности их преодоления;

–выявление роли экологической рекламы в продвижении идей и проектов, обеспечивающих комплексную безопасность человека, рациональное природопользование и охрану окружающей среды

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

Дисциплина «Социальная реклама и ее экологические аспекты» относится к числу естественнонаучных учебных дисциплин обязательной части блока (Б1) образовательной программы бакалавриата.

Дисциплина «Социальная реклама и ее экологические аспекты» взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ООП:

- *В обязательной части блока (Б1):*
– *Философия;*
– *Оценка эффективности бренда;*
– *Безопасность жизнедеятельности;*
– *Управление репутацией бренда.*

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ИУК-5.1. Анализирует и интерпретирует события, современное состояние общества, проявления его межкультурного разнообразия в социально-историческом, этическом и философском контекстах ИУК-5.2. Осознает систему общечеловеческих ценностей, понимает значение для развития цивилизаций исторического наследия и социокультурных традиций различных социальных групп, этносов и конфессий, а

	также мировых религий, философских и этических учений ИУК-5.3. Взаимодействует с людьми с учетом социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции
УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	ИУК-8.1. Анализирует и идентифицирует факторы вредного влияния на жизнедеятельность элементов среды обитания (технических средств, технологических процессов, материалов, зданий и сооружений, природных и социальных явлений), а также опасные и вредные факторы в рамках осуществляемой деятельности
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ИОПК-7.2. Понимает принципы социальной ответственности

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет **2** зачетные единицы (72 академических часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Основы теории коммуникации»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

Целями изучения дисциплины «Основы теории коммуникации» являются:

- приобретение обучающимися компетенций, связанных с изучением сущности и особенностей основ теории коммуникации, концепций и подходов к основам теории коммуникации, моделей основ теории коммуникации, проблем социально ответственного поведения бизнеса, его ролью в социально-экономическом развитии страны, возможностями и эффективностью взаимодействия с сообществом на разных уровнях;
- формирование у обучающихся знаний в области основ теории коммуникации;
- приобретение практических навыков реализации основ теории коммуникации в организациях медиаиндустрии.

Основные **задачи** изучения дисциплины:

- формирование знаний в области основ теории коммуникации: терминологии, базовых моделей, уровней типов, видов и форм коммуникации, механизмов реализации основ теории коммуникации;
- ознакомление с основными специальными и специфическими областями теории коммуникации;
- развитие практических навыков в освоении и применении модели корпоративной социальной деятельности, подходов в области организации управления социальной ответственности; формирование навыков составления социальной отчетности организации.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Основы теории коммуникации» относится к дисциплинам, расположенным в части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах:

- Основы рекламы
- Основы связей с общественностью;
- Теория и практика массовой информации;

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих за ней дисциплин:

- Психология массовых коммуникаций;
- Маркетинговые исследования;
- Основы интегрированных коммуникаций;
- Медиапланирование;
- PR-технологии в медиаиндустрии;
- Политическая реклама и PR;
- Поведение потребителей;
- Правовое регулирование рекламной и PR деятельности;
- Интегрированные коммуникации в контент-маркетинге;
- Управление контентом в социальных сетях;
- Методы и средства аналитики в рекламной и PR-деятельности.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

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	ИОПК-1.1. Применяет знания, методы анализа и моделирования при создании востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов ИОПК-1.2. Соблюдает нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ИОПК-2.2. Соблюдает технологии создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет **4** зачетные единицы (144 академических часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Основы рекламы»

1.Цели и задачи дисциплины

К **основным целям** освоения дисциплины «Основы рекламы» следует отнести:
- овладеть знаниями и навыками, необходимыми для работы в области:
- организации рекламного процесса,
- оценки эффективности рекламных мероприятий,
- планирования и организации рекламных кампаний,
- управления рекламной деятельностью.

К **основным задачам** освоения дисциплины «Основы рекламы» следует отнести:

- Изучение теоретических основ рекламы как научной и учебной дисциплины,
- освоение научной терминологии из области рекламы;
- изучение наиболее важных этапов развития рекламы,
- анализ влияния рекламы на культурное, социальное и экономическое развитие общества,
- исторический анализ социальных функций рекламы в контексте развития общества;
- выявление места рекламы и в системе маркетинговых коммуникаций,
- изучение особенностей современной рекламы,
- исследование современных тенденций развития рекламы;
- обобщение современного зарубежного и отечественного опыта рекламы;
- раскрытие художественно-эстетического своеобразия продуктов рекламы.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Основы рекламы» относится к дисциплинам, расположенным в части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины (модуля) у обучающихся должны быть достигнуты следующие результаты:

методами формулирования и реализации стратегий на уровне коммуникационной структуры организации

ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ИОПК-3.1. Обладает знаниями достижений отечественной и мировой культуры ИОПК-3.2. Понимает процесс создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов ИОПК-3.3. Использует многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития	ИОПК-5.1. Представляет политические и экономические механизмы функционирования, правовых и этических норм регулирования

медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ИОПК-5.2. Умеет выявлять и учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем в масштабе региона, страны и мира

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет **6** зачетных единицы, т.е. **216** академических часов. Предусмотрена курсовая работа во 2-м семестре.

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Основы связей с общественностью»

1.Цели и задачи дисциплины

К **основным целям** освоения дисциплины «Основы связей с общественностью» следует отнести:

- овладеть знаниями и навыками, необходимыми для работы в области:
- организации рекламного процесса,
- оценки эффективности рекламных мероприятий,
- планирования и организации рекламных кампаний,
- управления рекламной деятельностью.

К **основным задачам** освоения дисциплины «Основы связей с общественностью» следует отнести:

- Изучение теоретических основ связей с общественностью как научной и учебной дисциплины,
- освоение научной терминологии из области связей с общественностью;
- изучение наиболее важных этапов развития связей с общественностью,
- анализ влияния связей с общественностью на культурное, социальное и экономическое развитие общества,
- исторический анализ социальных функций связей с общественностью в контексте развития общества;
- выявление места связей с общественностью и в системе маркетинговых коммуникаций,
- изучение особенностей современных связей с общественностью,
- исследование современных тенденций развития связей с общественностью;
- обобщение современного зарубежного и отечественного опыта связей с общественностью.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Основы связей с общественностью» относится к дисциплинам, расположенным в части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата.

Дисциплина «Основы связей с общественностью» взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ООП:

В вариативной части базового цикла (Б1):
– История (история России, всеобщая история)
– Философия;
– Психология массовых коммуникаций;
– Социология в рекламе и связях с общественностью;
– Основы маркетинга;
– Основы интегрированных коммуникаций.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины (модуля) «Основы связей с общественностью» у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ИУК-5.1. Анализирует и интерпретирует события, современное состояние общества, проявления его межкультурного разнообразия в социально-историческом, этическом и философском контекстах
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ИОПК-2.1. Понимает тенденции развития общественных и государственных институтов ИОПК-2.3. Представляет способы отражения тенденций развития общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
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	ИОПК-5.1. Представляет политические и экономические механизмы функционирования, правовых и этических норм регулирования ИОПК-5.2. Умеет выявлять и учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем в масштабе региона, страны и мира

4. Структура и содержание дисциплины.

Общая трудоемкость дисциплины «Основы связей с общественностью» составляет 7 зачетных единицы, т.е. **252** академических часа. Предусмотрена курсовая работа в 4-м семестре.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Психология»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Психология» является повышение психологической культуры обучающихся, знакомство с ведущими концепциями и идеями в области психологии, овладение психологическими знаниями и умение их применять и использовать в практике профессиональной и личной жизни.

К задачам изучения дисциплины «Психология» следует отнести:

- сформировать у обучающихся понимание системы и структуры современной психологии;
- привить обучающимся базовые знания об основных понятиях и терминах отечественной и зарубежной психологии;
- раскрыть особенности различных направлений современной психологии;
- дать базовые знания (представления) по основным отраслям психологии;

2.Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

Дисциплина «Психология» относится к обязательной части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата и не требует специальных знаний для своего освоения.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих за ней дисциплин:

- Психология массовых коммуникаций

3.Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине «Психология»:

ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ИОПК-3.1. Обладает знаниями достижений отечественной и мировой культуры
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ИОПК-4.1. Умеет определять запросы и потребности общества и аудитории ИОПК-4.2. Понимает механизмы реагирования на запросы и потребности аудитории в профессиональной деятельности

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 академических часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Психология массовых коммуникаций»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

Целью дисциплины является освоение обучающимися понятий о психологических закономерностях и особенностях протекания процессов массовой коммуникации в современных условиях и их знакомство с научной терминологией, с которой им придется сталкиваться в профессиональной деятельности.

К основным задачам освоения дисциплины «Психология массовых коммуникаций» обучающимися следует отнести:

- изучение основных социально-психологических подходов, используемых в психологии массовой коммуникации;
- рассмотрение закономерностей психических познавательных, мотивационных, эмоциональных процессов, аудитории в ходе массовой коммуникации;
- изучение методов и методик изучения психологических особенностей аудитории в ходе массовой коммуникации;
- овладение умением анализировать психологические особенности аудитории и учитывать их при организации коммуникативных процессов;
- овладение умением анализировать функции, психологические особенности коммуникатора и имидж коммуникатора в ходе массово-коммуникационных процессов;
- овладение умением осуществлять психологический и логический анализ сообщений СМК;
- овладение умением осуществлять психологический анализ особенностей, преимуществ и ограничений современных каналов коммуникации в условиях конвергенции;
- овладение умением анализировать массово-коммуникационные процессы в сфере связей с общественностью;
- изучение психологических закономерностей творческих процессов, овладение приемами активизации творческих способностей в массово-коммуникативной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» относится к обязательной части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ИОПК-2.1. Понимает тенденции развития общественных и государственных институтов ИОПК-2.2. Соблюдает технологии создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов ИОПК-2.3. Представляет способы отражения тенденций развития общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ИОПК-3.2. Понимает процесс создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов ИОПК-3.3. Использует многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ИОПК-7.2. Понимает принципы социальной ответственности

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Социология в рекламе и связях с общественностью»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

Цели освоения учебной дисциплины «Социология в рекламе и связях с общественностью»:

формирование у обучающихся целостного представление о современном обществе, закономерностях его развития и преобразования, основ социологической культуры;

развитие способности к анализу общественных проблем, сопоставлению и оценке возможных путей их решения;

формирование способностей к использованию социологических методов и подходов в рекламе и связях с общественностью.

Задачи освоения дисциплины:

изучение специфики, структуры, функций, факторов возникновения и этапов развития социологии как науки;

знание основных направлений современной социологической мысли, их концептуально-теоретического, методологического и технологического потенциала;

овладение знанием понятийно-категориального и методологического арсенала социологи, формирование навыков их применения к анализу проблем рекламы и связей с общественностью;

достижение понимания специфики социально-культурной реальности как объекта исследования, закономерностей развития общества как целостной системы и ее подсистем, структурных элементов;

выработка навыков самостоятельного применения некоторых приемов и методов социологических исследований в рекламе и связях с общественностью в рекламе и связях с общественностью.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Данная учебная дисциплина относится к обязательной части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины основывается на компетенциях, приобретаемых обучающимися в результате освоения учебных дисциплин и практик:

- История (история России, всеобщая история)
- Философия
- Психология
- Основы маркетинга
- Маркетинговые исследования
- Социальная реклама и ее экологические аспекты
- Основы теории коммуникации
- Теория и практика массовой информации
- Основы рекламы
- Основы связей с общественностью
- Основы визуальных коммуникаций
- Материалы современных рекламоносителей
- Профессионально-ознакомительная практика
- Профессионально-творческая практика

Формируемые данной учебной дисциплиной знания, умения и навыки, являются условием эффективного освоения следующих дисциплин учебного плана:

- Основы копирайтинга
- Регулирование рекламной и PR-деятельности
- Коммуникационный консалтинг
- Бренд-менеджмент
- Управление репутацией бренда

- Контент в цифровых медиа
- Управление контентом в социальных сетях
- Блоггинг
- Социальные медиа в мобильной цифровой среде

3.Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ИОПК-2.1. Понимает тенденции развития общественных и государственных институтов ИОПК-2.3. Представляет способы отражения тенденций развития общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ИОПК-6.1. Знает основы информационных технологий ИОПК-6.2. Владеет навыками работы с прикладным программным обеспечением ИОПК-6.3. Понимает принципы работы современных информационных технологий ИОПК-6.4. Умеет использовать современные информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 академических часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Основы маркетинга»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

Целями освоения дисциплин «Основы маркетинга» являются:

– показать место и роль маркетинга как отрасли знания;

– раскрыть методологическую роль теории, понятийного аппарата маркетинга;

– раскрыть сущность рынка, ценообразования, поведения потребителей, продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций;

– изучить практику использования современного маркетинга для принятия эффективных решений руководством предприятий.

К числу основных **задач** изучения дисциплины относятся:

ознакомление с особенностями маркетинга, ролью маркетинга и его основных элементов в деятельности предприятий;

обучение пользованию инструментарием маркетинга для решения практических задач управления предприятием;

формирование представления об организации работы службы маркетинга предприятия.

2.Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

Дисциплина «Основы маркетинга» относится к обязательной части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах и прохождении практик:

- Основы теории коммуникации
- Теория и практика массовой информации
- Математические методы в рекламе и связях с общественностью
- Основы рекламы
- Основы связей с общественностью
- Управление рекламными процессами
- Профессионально-ознакомительная практика

Формируемые данной учебной дисциплиной знания, умения и навыки, являются условием эффективного освоения следующих дисциплин учебного плана:

- Социология в рекламе и связях с общественностью
- Маркетинговые исследования
- Технологии продаж
- Основы интегрированных коммуникаций
- Медиапланирование
- Поведение потребителей
- Регулирование рекламной и PR-деятельности
- Основы брендинга
- Бренд-менеджмент
- Оценка эффективности бренда
- Управление репутацией бренда
- Социальные медиа в мобильной цифровой среде
- Разработка рекламного и PR-продукта

3.Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

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	ИОПК-1.2. Соблюдает нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ИОПК-4.1. Умеет определять запросы и потребности общества и аудитории ИОПК-4.2. Понимает механизмы реагирования на запросы и потребности аудитории в профессиональной деятельности
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ИОПК-7.1. Планирует и анализирует последствия своей профессиональной деятельности
ПК-2 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ИПК-2.1. Применяет основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке стратегии продвижения

4.Объём дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 10 зачетных единиц (360 академических часов)

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Управление рекламными процессами»

1.Цели и задачи изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Управление рекламными процессами» является получение представления о теоретических основах управления процессами в рекламе и формирование навыков практического применения полученных знаний

К числу основных **задач** изучения дисциплины относятся:

– формирования знаний в области управления проектами: терминологии, понятия и сущности управления рекламным процессом, содержания и этапов разработки рекламного продукта;

ознакомление с постановкой творческого задания, основными техниками генерирования творческих идей, подготовкой и проведением презентации;

– развитие практических навыков в освоении и применении механизмов управления трудовыми ресурсами, ценообразованием, качеством творческого процесса, управлением временем в проектах.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Управление рекламными процессами» относится к обязательной части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик:

- Основы теории коммуникации;
- Основы рекламы
- Основы связей с общественностью;
- Основы интегрированных коммуникаций;
- Искусство презентации рекламных проектов;
- Теория и практика ведения деловых переговоро;

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих за ней дисциплин:

- Управление репутацией бренда;
- Интегрированные коммуникации в контент – маркетинге;
- Управление контентом в социальных сетях;
- Управление стартапом в медиаиндустрии.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	ИУК-9.1. Понимает базовые принципы функционирования макроэкономики и экономического развития, цели и виды участия государства в экономике ИУК-9.2. Представляет основные закономерности функционирования микроэкономики и факторы, обеспечивающие рациональное использование ресурсов и достижение эффективных результатов деятельности

	ИУК-9.3. Применяет методы экономического и финансового планирования для достижения личных финансовых целей, использует адекватные поставленным целям финансовые инструменты управления личным бюджетом, оптимизирует собственные финансовые риски
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	ИОПК-1.1. Применяет знания, методы анализа и моделирования при создании востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ИОПК-7.3 Умеет оценивать эффекты своей профессиональной деятельности

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 академических часов).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Маркетинговые исследования»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Маркетинговые исследования» является:

- сформировать у обучающихся знания о месте и роли исследований в деятельности современного pr-специалиста и рекламиста,

- привить им практические навыки системного сбора, обработки и анализа информации с применением инструментария маркетинговых исследований.

Задачи курса:

изучить основные методы исследований, используемые в pr и рекламе;

определить критерии выбора того или иного метода;

выстроить иерархию и последовательность применения методов в зависимости от этапа pr/рекламной кампании или коммуникативной ситуации.

2.Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

Дисциплина «Маркетинговые исследования» относится к обязательной части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик:

Социология в рекламе и связях с общественностью
Основы маркетинга
Основы теории коммуникации
Теория и практика массовой информации
Основы рекламы
Основы связей с общественностью
Математические методы в рекламе и связях с общественностью
Информационные технологии медиаанализа
Основы кодирования и программирования в Интернет-маркетинге
Профессионально-творческая практика

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

Медиапланирование
Регулирование рекламной и PR-деятельности
Коммуникационный консалтинг
Поведение потребителей
Бренд-менеджмент
Оценка эффективности бренда
Управление контентом в социальных сетях
Социальные медиа в мобильной цифровой среде
Основы SMM и таргетинга в социальных сетях интернет
Преддипломная практика

3.Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ИОПК-4.1. Умеет определять запросы и потребности общества и аудитории ИОПК-4.2. Понимает механизмы реагирования на запросы и потребности аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ИОПК-7.1. Планирует и анализирует последствия своей профессиональной деятельности
ПК-2 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ИПК-2.1. Применяет основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке стратегии продвижения ИПК-2.2. Выбирает и эффективно использует СМИ при реализации коммуникационного продукта

4.Объём дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 академических часов). Предусмотрена курсовая работа в 6 семестре (очная форма), в 7 семестре (очно-заочная и заочная форма).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Технологии продаж»

1.Цели и задачи изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Технологии продаж» является получение представления о теоретических основах технологии продаж в рекламе и формирование навыков практического применения полученных знаний в процессе управления продажами.

К числу основных **задач** изучения дисциплины относятся:

– формирования знаний в области технологии продаж: терминологии, первичного анализа новой территории и оценка ее рыночного потенциала, постановки начальных целей по территории, расчет численности торгового персонала для территории продаж, выбора коммерческого партнера, мониторинг территории, стимулирования продаж и эффективных промоакций;

- ознакомление с полным циклом управления торговым персоналом: компетенции коммерческого персонала, оценка компетенций кандидатов и сотрудников отделов продаж, подходами к мотивации сотрудников отделов продаж;

– развитие практических навыков в освоении и применении механизмов управления продажами посредством развития и обучения торгового персонала.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Технологии продаж» относится к обязательной части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик:

- Основы маркетинга;
- Маркетинговые исследования;
- Управление рекламными процессами;

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих за ней дисциплин:

- Управление репутацией бренда;
- Управление проектами;
- Управление контентом в социальных сетях.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	ИУК-9.1. Понимает базовые принципы функционирования макроэкономики и экономического развития, цели и виды участия государства в экономике
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ИОПК-4.1. Умеет определять запросы и потребности общества и аудитории
ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и	ИОПК-6.1. Знает основы информационных технологий

использовать их для решения задач профессиональной деятельности	
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ИОПК-7.3 Умеет оценивать эффекты своей профессиональной деятельности

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 академических часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Проектная деятельность»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Проектная деятельность» является подготовка студентов к профессиональной деятельности и формирование у них умений и навыков для решения нестандартных задач и реализации проектов во взаимодействии с другими обучающимися.

Задачи дисциплины:

- развитие у обучающихся навыков презентации и защиты достигнутых результатов;
- развитие у обучающихся навыков командной работы;
- повышение мотивации к самообразованию;
- формирование навыков проектной работы;
- обеспечение освоения обучающимися основных норм профессиональной деятельности;
- получение обучающимися опыта использования основных профессиональных инструментов при решении нестандартных задач в рамках проектов.

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

Дисциплина «Проектная деятельность» относится к дисциплинам, части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

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	ИУК-2.1.Формулирует совокупность задач в рамках поставленной цели проекта, решение которых обеспечивает ее достижение ИУК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами, основными компонентами проекта и ожидаемыми результатами его реализации ИУК-2.3. Выбирает оптимальные способы планирования, распределения зон ответственности, решения задач, анализа результатов с учетом действующих правовых норм, имеющихся условий, ресурсов и ограничений, возможностей использования
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.2. Планирует и анализирует последствия личных действий, адекватно оценивает идеи и предложения других участников для достижения поставленной цели в командной работе ИУК-3.3. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды, соблюдая установленные нормы и правила социального взаимодействия, несет личную ответственность за свой вклад в результат командной работы
УК-6 Способен управлять своим	ИУК-6.1. Использует инструменты и методы управления

временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей
ПК-3 Способен осуществлять исследования в целях разработки и реализации проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	ИПК-3.1. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта ИПК-3.2. Формулирует требования к основным документам по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ИПК-3.3. Выбирает и эффективно использует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 14 зачетных единиц (504 академических часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Управление проектами»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

Основной целью дисциплины «Управление проектами» является изучение и освоение студентами теоретических основ и практических навыков в области управления проектами по формированию у студентов представлений о проектной деятельности (от зарождения идеи до реализации проекта) как о целостной системе, все элементы которой взаимозависимы. Владение теоретическими основами и практическими навыками в области управления проектами необходимы для успешного освоения и внедрения инновационных технологий, определяющих промышленное развитие и управления, создания и реализации инновационных проектов, профессионального личностного роста и саморазвития, креативного решения задач текущего и стратегического управления: начиная с управления персоналом и заканчивая освоением наукоемких технологий.

К **основным задачам** освоения дисциплины «Управление проектами» следует отнести:

– изучение основных методов и технологий управления проектами: создание концепции проекта, команды проекта, планирование проекта, реализация и т.д.;

– изучение основных технологий проектного управление: характеристики, способы применения, ограничения, достоинства, недостатки, область использования (применения) и т.д..

– формирование и развитие теоретических знаний и практических навыков в области технического и социального проектирования и управления проектами

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

Дисциплина «Управление проектами» относится к дисциплинам, части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата.

Дисциплина ««Управление проектами» изучается на первом курсе обучения.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

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	ИУК-2.1.Формулирует совокупность задач в рамках поставленной цели проекта, решение которых обеспечивает ее достижение ИУК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами, основными компонентами проекта и ожидаемыми результатами его реализации ИУК-2.3. Выбирает оптимальные способы планирования, распределения зон ответственности, решения задач, анализа результатов с учетом действующих правовых норм, имеющихся условий, ресурсов и ограничений, возможностей использования
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в	ИУК-3.1. Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, учитывая особенности поведения и интересы

команде	других участников команды
ПК-3 Способен осуществлять исследования в целях разработки и реализации проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	ИПК-3.1. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта ИПК-3.2. Формулирует требования к основным документам по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ИПК-3.3. Выбирает и эффективно использует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Основы технологического предпринимательства»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

Формирование у студентов комплекса теоретических знаний и практических навыков в сфере экономики, технологического предпринимательства и управления инновационными проектами.

Задачи дисциплины — достижение следующих результатов образования.

Знания: основные теории функционирования инновационной экономики и технологического предпринимательства, принципы организации, управления и оценки инновационно-предпринимательской деятельности; меры государственной поддержки инновационной деятельности и развития инновационной экосистемы; основы коммерциализации инноваций и развития высокотехнологического бизнеса.

Умения: планирование и проектирование коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности в форме стартапа, коммерческого контракта, лицензионного договора; формирование проектных команд; выбор бизнес-модели и разработка бизнес-плана; анализ рынка и прогнозирование продаж, анализ потребительского поведения, проведение оценки эффективности инновационной деятельности, анализ рисков развития компании.

Владение: приемы работы на рынке коммерциализации высоких технологий с использованием моделей Productdevelopment и Customerdevelopment; использование технологий бережливого стартапа (lean) и гибкого подхода к управлению (agile), технологии разработки финансовой модели проекта; проведение переговоров с инвесторами и публичных презентаций проектов (питчей).

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

Дисциплина «Основы технологического предпринимательства» относится к дисциплинам, части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.2. Осуществляет поиск, критически оценивает, обобщает, систематизирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи ИУК-1.3. Рассматривает и предлагает рациональные варианты решения поставленной задачи, используя системный подход, критически оценивает их достоинства и недостатки

УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	ИУК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей ИУК-6.2. Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста ИУК-6.3. Демонстрирует готовность к построению профессиональной карьеры и определению стратегии профессионального развития на основе оценки требований рынка труда, предложений рынка образовательных услуг и с учетом личностных возможностей и предпочтений
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИПК-1.1. Разрабатывает и эффективно применяет коммуникационные кампании, проекты и мероприятия ИПК-1.2. Формулирует требования к коммуникационным кампаниям, проектам и мероприятиям ИПК-1.3. Осуществляет контроль за реализацией коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет **2** зачетные единицы (72 академических часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Теория и практика массовой информации»

1. Цель и задачи изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины: сформировать у обучающихся базовые знания и понимание процессов, происходящих в области современных СМИ, а также обеспечить овладение первичными навыками профессионального мастерства**.**

Задачи изучения дисциплины:

- Выявить сущность массовых информационных процессов в обществе;
- Изучить содержание, структуру и механизмы взаимодействия масс-медиа и массовой аудитории;
- Проанализировать функции и принципы деятельности СМИ в современных условиях.
- Освоить подход к массовой информации с позиций ее исторической миссии в становлении и развитии цивилизации;
- Ознакомиться с ролью и местом журналистики в информационном пространстве;
- Развить навыки в сфере публицистического творчества, ознакомиться с формами актуальной подачи информации – жанрами СМИ;

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Теория и практика массовой информации» к дисциплинам, части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата.

Дисциплина «Теория и практика массовой информации» взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП:

– Основы рекламы
- Основы связей с общественностью;
– Основы теории коммуникации;

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен иметь следующие результаты обучения по дисциплине:

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие ИУК-1.2. Осуществляет поиск, критически оценивает, обобщает, систематизирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи ИУК-1.3. Рассматривает и предлагает рациональные варианты решения поставленной задачи, используя системный подход, критически оценивает их достоинства и недостатки
ПК-2 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ИПК-2.2. Выбирает и эффективно использует СМИ при реализации коммуникационного продукта

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Основы интегрированных коммуникаций»

1. Цели освоения дисциплины.

К основным **целям** освоения дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций» следует отнести:

овладеть знаниями и навыками в области маркетинговых коммуникаций;
организации рекламного процесса и связей с общественностью;
оценки эффективности рекламных мероприятий и связей с общественностью;
планирования и организации рекламных кампаний и связей с общественностью;
управления рекламной деятельностью и связей с общественностью.

К основным **задачам** освоения дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций» следует отнести:

- Изучение теоретических основ рекламы и связей с общественностью как научной и учебной дисциплины,
- освоение научной терминологии из области рекламы и связей с общественностью;
- изучение наиболее важных этапов развития рекламы и связей с общественностью,
- анализ влияния рекламы и связей с общественностью на культурное, социальное и экономическое развитие общества,
- исторический анализ социальных функций рекламы и связей с общественностью в контексте развития общества;
- выявление места рекламы и связей с общественностью в системе маркетинговых коммуникаций,
- изучение особенностей современной рекламы и связей с общественностью,
- исследование современных тенденций развития рекламы и связей с общественностью;
- обобщение современного зарубежного и отечественного опыта рекламы и связей с общественностью;
- раскрытие художественно-эстетического своеобразия продуктов рекламы и связей с общественностью.

2. Место дисциплины в структуре ОП.

Дисциплина «Основы интегрированных коммуникаций» относится к дисциплинам, части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата.

Дисциплина «Основы интегрированных коммуникаций» взаимосвязана логически и содержательно-методически соотносится со следующими дисциплинами и практиками ОП:

– Основы рекламы
- Основы связей с общественностью;
– Психология массовых коммуникаций;
– Социология в рекламе о связях с общественностью;
– Основы маркетинга.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИУК-4.1. Учитывает особенности деловой коммуникации на государственном и иностранном языках в зависимости от особенностей вербальных и невербальных средств общения ИУК-4.2. Умеет вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном и иностранном языках с учетом своеобразия стилистики официальных и неофициальных писем, а также социокультурных различий в формате корреспонденции ИУК-4.3. Выполняет перевод профессиональных текстов с иностранного языка на государственный язык РФ и с государственного языка РФ на иностранный
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИПК-1.1. Разрабатывает и эффективно применяет коммуникационные кампании, проекты и мероприятия ИПК-1.2. Формулирует требования к коммуникационным кампаниям, проектам и мероприятиям ИПК-1.3. Осуществляет контроль за реализацией коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет **5** зачетных единиц (180 академических часов).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Медиапланирование»

1. Цель и задачи изучения дисциплины

Дисциплина «Медиапланирование» является одним из основных блоков учебной программы, значимость которого в современных социально-экономических условиях неизменно возрастает в связи с большой ценой принятых решений для существования любой организации, в частности, и общества в целом.

Цель курса: дать базовую основу знаний, сформировать у обучающихся систему знаний по вопросам разработки, принятия и реализации процессов массовой коммуникации и медиапланирования.

Согласно требованиям к уровню подготовленности выпускников по данной специальности, учебный курс знакомит обучающихся с вопросами и проблемами, которые приходится решать специалисту масс-медиа в своей непосредственной деятельности. Практическая часть курса (деловые игры, анализ ситуаций, тесты, семинары и т.д.) направлена на формирование навыков и умений, личностных и деловых качеств, необходимых для эффективной деятельности в процессе принятия решений.

Учебный курс «Медиапланирование» сосредотачивается на проблемах, которые встают в практике работы структур, занятых этими видами деятельности.

Задачи:

добиться сознательного овладения обучающимися знаниями по проблеме эффективной коммуникационной деятельности и медиапланирования;

привлечь обучающихся к самостоятельной учебно-познавательной деятельности;

дать обучающимся основные понятия, приемы и современные технологии коммуникационной деятельности и медиапланирования, которые могут быть использованы затем в их профессиональной деятельности;

наиболее полно представить учебный материал, используя разнообразные формы и методы проведения семинарских и практических занятий.

2. Место дисциплины в структуре ОП.

Дисциплина «Медиапланирование» относится к дисциплинам, части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата.

Дисциплины, усвоение которых обучающимся необходимо для изучения данного курса: Социология в рекламе и связях с общественностью, Философия, Математические методы в рекламе и связях с общественностью, Информационные технологии, Психология, Психология массовых коммуникаций.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

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	ИУК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами, основными компонентами проекта и ожидаемыми результатами его реализации

ПК-2 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ИПК-2.1. Применяет основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке стратегии продвижения ИПК-2.2. Выбирает и эффективно использует СМИ при реализации коммуникационного продукта

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 академических часов).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Математические методы в рекламе и связях с общественностью»

2. Цели и задачи изучения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Математические методы в рекламе и связях с общественностью» является обучение практическому использованию математическим методы в профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связях с общественностью.

К числу основных **задач** изучения дисциплины относятся:

овладеть основными методами математического анализа;

дать научное представление о логике математического анализа данных в интересах рекламы и связей с общественностью;

овладеть основами статистического анализа информации;

дать знания об особенностях анализа распределения атрибутивных и количественных признаков;

сформировать представление об основных математических показателях, используемых в рекламе и связях с общественностью.

2.Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

Дисциплина «Математические методы в рекламе и связях с общественностью» относится к дисциплинам, части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на школьном курсе математики и информатики:

Формируемые данной учебной дисциплиной знания, умения и навыки, являются условием эффективного освоения следующих дисциплин учебного плана:

- Основы теории коммуникации
- Теория и практика массовой информации
- Основ маркетинга
- Основы рекламы
- Основы связей с общественностью
- Управление рекламными процессами
- Профессионально-ознакомительная практика
- Социология в рекламе и связях с общественностью
- Маркетинговые исследования
- Технологии продаж
- Основы интегрированных коммуникаций
- Медиапланирование
- Поведение потребителей
- Регулирование рекламной и PR-деятельности
- Основы брендинга
- Бренд-менеджмент
- Оценка эффективности бренда
- Управление репутацией бренда
- Социальные медиа в мобильной цифровой среде
- Разработка рекламного и PR-продукта

3.Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

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	ИУК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами, основными компонентами проекта и ожидаемыми результатами его реализации ИУК-2.3. Выбирает оптимальные способы планирования, распределения зон ответственности, решения задач, анализа результатов с учетом действующих правовых норм, имеющихся условий, ресурсов и ограничений, возможностей использования

4.Объём дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 академических часов)

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Информационные технологии медиаанализа»

1. **Цели и задачи изучения дисциплины**

Основной целью дисциплины «Информационные технологии медиаанализа» является изучение обучающимися основных аспектов информационных технологий в медиаиндустрии, позволяющих грамотно ориентироваться в вопросах сбора, обработки, интерпретации внутренней и внешней информации медиакомпаний, применения соответствующих алгоритмов подготовки данных к распространению или хранению в соответствии с техническими возможностями и программным обеспечением.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть основные требования к составу информации и технологическую цепочку работы с информацией на предприятиях;

раскрыть понятия «информационный рынок», «информационный продукт», особенности становления и развития медиарынка;

сформировать представление об основных средствах и методах информационно-коммуникационных технологий;

ознакомить с движением информационных потоков, основными процессами, операциями, процедурами и информационными системами на предприятиях;

разобрать характеристики основных технических средств и программного обеспечения, применяемого в работе сотрудниками предприятий медиаиндустрии;

научить выбирать технические средства, определяться с составом компьютерного оборудования и программного обеспечения для осуществления профессиональной деятельности;

адаптировать практические навыки работы с компьютерным оборудованием и основными инструментами программного обеспечения к профессиональным задачам сбора, обработки, хранения данных с учетом основных требовании информационной безопасности.

2. **Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата**

Дисциплина «Информационные технологии медиаанализа» относится к дисциплинам, части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата.

Дисциплина «Информационные технологии медиаанализа» взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками образовательной программы

- Математические методы в рекламе и связях с общественностью

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих за ней дисциплин:

- Базы данных в стратегическом планировании коммуникаций
- Основы контент-маркетинга
- Интегрированные коммуникации в контент-маркетинге
- Управление контентом в социальных сетях
- Блоггинг
- Основы поисковой оптимизации в интернет-маркетинге
- Контекстная реклама
- Методы и средства аналитики в рекламной и PR-деятельности
- Интерактивные средства веб-аналитики
- Средства разработки мобильных приложений

- Средства управления внутрикорпоративной информацией организации медиабизнеса
- Электронная коммерция

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие ИУК-1.2. Осуществляет поиск, критически оценивает, обобщает, систематизирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи ИУК-1.3. Рассматривает и предлагает рациональные варианты решения поставленной задачи, используя системный подход, критически оценивает их достоинства и недостатки
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	ИУК-2.1.Формулирует совокупность задач в рамках поставленной цели проекта, решение которых обеспечивает ее достижение ИУК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами, основными компонентами проекта и ожидаемыми результатами его реализации
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИПК-1.1. Разрабатывает и эффективно применяет коммуникационные кампании, проекты и мероприятия

. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц (252 академических часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Основы кодирования и программирования в Интернет-маркетинге»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Основы кодирования и программирования в Интернет-маркетинге» являются формирование современного маркетингового мышления, приобретение компетенций, позволяющих активно и творчески участвовать в разработке и практическом применении информационных технологий в Интернет – маркетинге.

Задачи дисциплины «Основы кодирования и программирования в Интернет-маркетинге» заключаются в изучении основных технологий создания веб-сайтов; языков разметки и программирования веб-страниц, в приобретении навыков разработки веб-сайтов.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Основы кодирования и программирования в Интернет-маркетинге» относится к дисциплинам, расположенным в части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата.

Изучение дисциплины базируется на следующих дисциплинах: «Математические методы в рекламе и связях с общественностью», «Информационные технологии медиаанализа», «Офисный редактор в цифровой среде». Дисциплина обеспечивает изучение дисциплин «Базы данных в стратегическом планировании коммуникаций», «Контент в цифровых медиа».

Знания и практические навыки, полученные из курса «Основы кодирования и программирования в Интернет-маркетинге», используются при изучении естественно-научных дисциплин, а также при разработке курсовых и дипломных работ.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие ИУК-1.2. Осуществляет поиск, критически оценивает, обобщает, систематизирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи ИУК-1.3. Рассматривает и предлагает рациональные варианты решения поставленной задачи, используя системный подход, критически оценивает их достоинства и недостатки
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	ИУК-2.1.Формулирует совокупность задач в рамках поставленной цели проекта, решение которых обеспечивает ее достижение ИУК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами, основными компонентами проекта и ожидаемыми результатами его реализации

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет **7** зачетных единиц (252 академических часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Базы данных в стратегическом планировании коммуникаций»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

Целью дисциплины «Базы данных в стратегическом планировании коммуникаций» является формирование у обучающихся совокупности общенаучных и профессиональных компетенций, обеспечивающих решение проблем, связанных с использованием и проектированием баз данных, функционирующих под управлением современных СУБД.

Задачи дисциплины «Базы данных в стратегическом планировании коммуникаций» заключаются в изучении принципов построения и проектирования базы данных, языка описания и манипулирования данными SQL, в приобретении навыков проектирования реляционной базы данных и работы с базой данных MySQL.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Базы данных в стратегическом планировании коммуникаций» относится к дисциплинам, расположенным в части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата.

Ее изучение базируется на следующих дисциплинах: «Математические методы в рекламе и связях с общественностью», «Информационные технологии медиаанализа», «Основы кодирования и программирования в Интернет-маркетинге». Дисциплина обеспечивает изучение дисциплины «Контент в цифровых медиа».

Знания и практические навыки, полученные из курса «Базы данных в стратегическом планировании коммуникаций», используются при изучении естественно-научных дисциплин, а также при разработке курсовых и дипломных работ.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.2. Осуществляет поиск, критически оценивает, обобщает, систематизирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи
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	ИУК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами, основными компонентами проекта и ожидаемыми результатами его реализации ИУК-2.3. Выбирает оптимальные способы планирования, распределения зон ответственности, решения задач, анализа результатов с учетом действующих правовых норм, имеющихся условий, ресурсов и ограничений, возможностей использования
ПК-3 Способен осуществлять исследования в целях разработки и реализации проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	ИПК-3.3. Выбирает и эффективно использует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 академических часов).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Язык рекламных текстов»

1. Цель и задачи изучения дисциплины

Основной **целью** изучения дисциплины «Язык рекламных текстов» является повышение уровня языковой и коммуникативной компетенции обучающихся, формирование языковой личности, владеющей системой норм современного русского литературного языка и умеющей правильно использовать весь диапазон имеющихся в языке средств в соответствии с ситуацией и сферой общения.

К числу основных **задач** освоения дисциплины относятся:

- получение необходимых медиаспециалисту теоретических знаний о языке как сложной многоуровневой системе;
- анализ изменений в современном русском языке, обусловленных законами развития языка;
- изучение системы норм современного русского литературного языка на всех уровнях языковой структуры;
- анализ функционально-стилевой дифференциации современного русского литературного языка, знакомство с языковыми особенностями всех выделяемых стилей;
- формирование навыков общения в различных сферах деятельности - научной, официально-деловой, общественно-политической, бытовой;
- развитие умений работы с различными типами словарей и другими видами справочной литературы;
- формирование навыков применения полученных теоретических знаний в реальной коммуникации.

2.Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

Дисциплина «Язык рекламных текстов» относится к дисциплинам, расположенным в части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на знаниях и компетенциях, сформированных в средней общеобразовательной школе.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих за ней дисциплин:

Стилистика и литературное редактирование
Основы копирайтинга
Основы связей с общественностью
Блоггинг
Искусство презентации рекламных проектов
Управление контентом в социальных сетях

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИУК-4.1. Учитывает особенности деловой коммуникации на государственном и иностранном языках в зависимости от особенностей вербальных и невербальных средств общения ИУК-4.2. Умеет вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном и иностранном языках с учетом своеобразия стилистики официальных и неофициальных писем, а также социокультурных различий в формате корреспонденции ИУК-4.3. Выполняет перевод профессиональных текстов с иностранного языка на государственный язык РФ и с государственного языка РФ на иностранный

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы (144 академических часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Стилистические ресурсы рекламных обращений»

1. Цель и задачи изучения дисциплины

Цель: ознакомить обучающихся с вопросами стилистической дифференциации языковых средств, охарактеризовать нормы литературного языка, показать наиболее целесообразное использование синонимических вариантов, привить навыки обоснованного их выбора, содействовать повышению речевой культуры. Продемонстрировать формирование речевой культуры как одного из аспектов этнокультурной системы личности. Обучить основам лингвостилистического анализа текстов различных стилей и жанров, изложить теоретические основы функциональной стилистики, ознакомить с ее основными понятиями, принципами речевой организации стилей, закономерностями функционирования языковых средств в рамках конкретного функционального стиля. Ознакомить с теоретическими актуальными и дискуссионными вопросами современной стилистики. Научить применять полученные теоретические сведения и практические навыки в области рекламы и связей с общественностью.

Задачи:

- сообщить обучающимся основные понятия и категории стилистики как науки;
- дать характеристику стилистических ресурсов фонетики, лексики, фразеологии, словообразования, морфологии и синтаксиса русского языка;
- ознакомить с системой функциональных стилей современного русского языка;
- развить стилистическое чутьё;
- совершенствовать навыки и умения обучающихся оценивать и правильно употреблять языковые средства в речи в соответствии с конкретным функциональным стилем, в зависимости от содержания высказывания, целей, которые ставит перед собой говорящий (пишущий), ситуации и сферы общения;
- дать понятие о стилистической норме;
- научить понимать лингвистическую природу стилистических ошибок и исправлять их;
- научить приемам стилистического анализа и литературного редактирования текста;
- совершенствовать навыки обучающихся в составлении текстов разных стилей и жанров;
- развивать коммуникативные способности обучающихся;
- способствовать формированию гармоничной личности, свободно владеющей нормами речевой культуры.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Стилистические ресурсы рекламных обращений» относится к дисциплинам, расположенным в части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик:

«Язык рекламных текстов».

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

Основы копирайтинга

Управление контентом в социальных сетях
Блоггинг

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИУК-4.1. Учитывает особенности деловой коммуникации на государственном и иностранном языках в зависимости от особенностей вербальных и невербальных средств общения ИУК-4.2. Умеет вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном и иностранном языках с учетом своеобразия стилистики официальных и неофициальных писем, а также социокультурных различий в формате корреспонденции ИУК-4.3. Выполняет перевод профессиональных текстов с иностранного языка на государственный язык РФ и с государственного языка РФ на иностранный
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ИУК-5.2. Осознает систему общечеловеческих ценностей, понимает значение для развития цивилизаций исторического наследия и социокультурных традиций различных социальных групп, этносов и конфессий, а также мировых религий, философских и этических учений

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Основы копирайтинга»

1. Цель и задачи изучения дисциплины

Цель: Научить обучающихся осознанно и целенаправленно применять языково-стилистические ресурсы русского языка для решения конкретных маркетинговых задач, направленных на продвижение торговой марки, увеличение объемов сбыта товарной продукции, формирование позитивного имиджа фирмы и противостояния конкурентам в условиях нестабильной экономической ситуации.

Задачи:

- Дать знания, касающиеся основных принципов и методов порождения эффективных рекламных обращений.
- Ознакомить обучающихся с концепциями ведущих мировых рекламных школ в области копирайтинга.
- Представить обучающимся современные рекомендации по составлению рекламных текстов, способных эффективно продвигать товары или услуги на рынке под конкретной торговой маркой.
- Ознакомить обучающихся с языково-стилистическими ресурсами современного русского языка и дать представление о возможностях каждой из групп языковых единиц отражать в текстах те или иные рекламные интенции.
- Показать специфику вербального отражения рекламной идеи в слогане или заголовке, раскрыть возможности представления основной части рекламного текста в языковой, визуальной или графической форме.
- Дать знания в области размещения рекламных материалов, учитывая специфику целевой аудитории и возможности каждого из рекламоносителей.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Настоящая дисциплина относится к дисциплинам, расположенным в части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик:

«Язык рекламных текстов».

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

«Преддипломная практика»;

«Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы».

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИУК-4.2. Умеет вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном и иностранном языках с учетом своеобразия стилистики официальных и неофициальных писем, а также социокультурных различий в формате корреспонденции ИУК-4.3. Выполняет перевод профессиональных текстов с иностранного языка на государственный язык РФ и с государственного языка РФ на иностранный

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 академических часов).

Аннотация программы дисциплины:
«Регулирование рекламной и PR-деятельности»

1. Цель и задачи изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины «Регулирование рекламной и PR-деятельности» – изучение правовых основ регулирования рекламной и PR-деятельности, законодательства, регулирующего рекламную и PR-деятельность в России и за рубежом, правового положения участников рекламной и PR-деятельности, основных договоров, применяемых в рекламе.

Задачи дисциплины:

- добиться понимания обучающимися принципов правового регулирования рекламной и PR-деятельности, значения норм права, морали и этики в регулировании рекламного и PR-процесса;
- развитие навыков практического применения законодательства о рекламе и PR;
- изучение вопросов государственного регулирования и саморегулирования рекламной и PR-деятельности;
- обучение практике правового самообразования, анализа деятельности контролирующих и судебных органов в сфере рекламы и PR;
- выработка навыков проведения правового анализа при принятии решений в сфере будущей профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Регулирование рекламной и PR-деятельности» относится к дисциплинам, расположенным в части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата.

Изучению дисциплины «Регулирование рекламной и PR деятельности» предшествуют следующие дисциплины ОП подготовки бакалавров направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»:

- Правоведение;
- Основы рекламы и связей с общественностью.

Основные положения дисциплины «Регулирование рекламной и PR-деятельности» используются в дальнейшем при изучении следующих дисциплин, практик учебного плана подготовки бакалавров направления 42.03.01 профиля «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии»:

- Учебная практика (профессионально-ознакомительная);
- Производственная практика (профессионально-Творческая);
- Производственная практика (преддипломная);
- Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из	ИУК-2.3. Выбирает оптимальные способы планирования, распределения зон ответственности, решения задач, анализа результатов с учетом действующих правовых норм, имеющихся условий, ресурсов и ограничений,

действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	возможностей использования
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.3. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды, соблюдая установленные нормы и правила социального взаимодействия, несет личную ответственность за свой вклад в результат командной работы
УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	ИУК- 10.1. Понимает сущность экстремизма, терроризма, коррупции, опасность их разрушительного влияния на социальные, экономические и иные отношения в гражданском обществе; ИУК-10.2. Умеет применять правовые нормы, обеспечивающие противодействие экстремизму, терроризму, коррупции и профилактику их проявлений в сфере профессиональной деятельности; ИУК-10.3. Владеет средствами формирования нетерпимого отношения к проявлениям экстремизма, терроризма и коррупционного поведения и противодействия им в профессиональной деятельности

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы (108 академических часов)

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Коммуникационный консалтинг»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

Целями освоения дисциплин «Коммуникационный консалтинг» являются:

- усвоение теоретических, методологических, методических и прикладных аспектов коммуникационного консалтинга в их единстве,
- усвоение междисциплинарного характера этой дисциплины, современную проблематику и технологию решения задач в сфере коммуникационной деятельности,
- овладение способами организации и проведения консалтинговых исследований и разработок;
- формирование способности находить пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий,
- обеспечение нацеленности на решение стратегических и оперативных задач современных организаций как в сфере бизнеса, так и в системе государственного управления.

К числу основных **задач** изучения дисциплины относятся:

-изучение истории становления и развития коммуникационного консалтинга в Западной Европе, США и России;

-осмысление значения и роли коммуникационного консалтинга в системе консультационных услуг, определение его места и функций в структуре современного научного знания и практической деятельности;

-сравнительный анализ моделей коммуникационного консалтинга;

- понимание этапов и характеристик консалтингового исследования, его организации и проведения;

-изучение методов и способов взаимоотношений с клиентскими организациями;

анализ конкретных коммуникационных ситуаций и методы их решения;

-технология и процедуры решения коммуникационных задач в современных организациях.

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

Дисциплина «Коммуникационный консалтинг» относится к дисциплинам, расположенным в части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах и прохождении практик:

–Психология
–Психология массовых коммуникаций
–Социология в рекламе и связях с общественностью
–Основы маркетинга
–Управление рекламными процессами
–Маркетинговые исследования
–Социальная реклама и ее экологические аспекты
–Введение в проектную деятельность
–Управление проектами
–Проектная деятельность
–Основы теории коммуникации
–Теория и практика массовой информации
–Основы рекламы
–Основы связей с общественностью
–Основы интегрированных коммуникаций

–Теория и практика деловых коммуникаций в рекламе и связях с общественностью

–Искусство презентации рекламных проектов
–Основы брендинга
–Контент в цифровых медиа
–Основы визуальных коммуникаций
–Профессионально-ознакомительная практика

Формируемые данной учебной дисциплиной знания, умения и навыки, являются условием эффективного освоения следующих дисциплин учебного плана:

- Основы копирайтинга
- Управление репутацией бренда
- Управление контентом в социальных сетях
- Блоггинг
- Социальные медиа в мобильной цифровой среде
- Основы SMM и таргетинга в социальных сетях интернет
- Профессионально-творческая практика
- Научно-исследовательская работа

3.Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие ИУК-1.2. Осуществляет поиск, критически оценивает, обобщает, систематизирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи ИУК-1.3. Рассматривает и предлагает рациональные варианты решения поставленной задачи, используя системный подход, критически оценивает их достоинства и недостатки
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	ИУК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами, основными компонентами проекта и ожидаемыми результатами его реализации ИУК-2.3. Выбирает оптимальные способы планирования, распределения зон ответственности, решения задач, анализа результатов с учетом действующих правовых норм, имеющихся условий, ресурсов и ограничений, возможностей использования
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИПК-1.2. Формулирует требования к коммуникационным кампаниям, проектам и мероприятиям

4.Объём дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 академических часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Теория и практика деловых коммуникаций в рекламе и связях с общественностью»

1. Цель и задачи изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины «Теория и практика деловых коммуникаций в рекламе и связях с общественностью»– освоение обучающимися бакалавриата теоретических знаний, практических навыков и формирование профессиональных компетенций применительно к научно – исследовательской деятельности в профессиональной сфере:

овладение обучающимися теоретических знаний и практических навыков в области психологии общения, психологии влияния, убеждения; установления, поддержания и развития эффективных коммуникаций, отработка коммуникационных компетенций на всех ключевых этапах, привитие норм и правил делового и межличностного общения, приобретения навыков ведения переговоров, деловых совещаний, деловых бесед, дискуссий; усвоение обучающимися различных теорий переговорного процесса и умение применять их в практике делового общения, способы защиты от манипуляций; ведения деловой переписки, знание основ делового этикета, овладение обучающимися современных технологий и методик эффективной подготовки, организации и проведения деловых презентаций и публичных выступлений; практические навыки речевой коммуникации, преодоление барьеров в коммуникации; принципы установления контакта и навыки ведения служебных телефонных разговоров; этические рамки деловых отношений; дипломатичность делового спора, моделирование ситуации деловых переговоров.

Основные **задачи** дисциплины:

- дать теоретические знания норм бизнес-этикета, основных принципов общения, психологических, этических и риторических правил деловых коммуникаций;
- привить практические навыки в области делового общения;
- ознакомить обучающихся с теоретическими знаниями в сфере проведения деловых переговоров;
- раскрыть структуру, виды, стратегию и тактику осуществления эффективных межличностных коммуникаций, деловых переговоров;
- приобретение обучающимися знаний о роли приемов и навыков убеждающего речевого воздействия;
- обучить правилам ведения переговорного процесса;
- приобретение обучающимися знаний по основным элементам коммуникации, сфере применения навыков презентации, отличительным чертам презентации;
- приобретение обучающимися знаний по составу и целям презентации, этапам подготовки сценария и плана презентации, основным принципам наглядности и доступности;
- моделирования эмоционального состояния слушателей, технологичной подготовки презентации, подготовки демонстрационных материалов.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Теория и практика деловых коммуникаций в рекламе и связях с общественностью» относится к дисциплинам, расположенным в части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин (практик):

Научно-исследовательская работа

«Преддипломная практика»;

«Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы».

Знания, полученные в результате изучения данного курса, могут быть использованы также для написания и защиты магистерской, кандидатской и докторской диссертаций.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИУК-4.1. Учитывает особенности деловой коммуникации на государственном и иностранном языках в зависимости от особенностей вербальных и невербальных средств общения ИУК-4.2. Умеет вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном и иностранном языках с учетом своеобразия стилистики официальных и неофициальных писем, а также социокультурных различий в формате корреспонденции ИУК-4.3. Выполняет перевод профессиональных текстов с иностранного языка на государственный язык РФ и с государственного языка РФ на иностранный

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Искусство презентации рекламных проектов»

1. Цель и задачи изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины «Искусство презентации рекламных проектов» – освоение обучающимися бакалавриата теоретических знаний, практических навыков и формирование профессиональных компетенций применительно к научно – исследовательской деятельности в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины «Искусство презентации рекламных проектов»

приобретение обучающимися знаний по основным элементам коммуникации, сфере применения навыков презентации, отличительным чертам презентации;

приобретение обучающимися знаний по составу и целям презентации, этапам подготовки сценария и плана презентации, основным принципам наглядности и доступности;

моделирования эмоционального состояния обучающихся, технологичной подготовки презентации, подготовки демонстрационных материалов.

дать теоретические знания норм бизнес-этикета, основных принципов общения, психологических, этических и риторических правил деловых коммуникаций;

привить практические навыки в области делового общения;

раскрыть структуру, виды, стратегию и тактику осуществления эффективных деловых коммуникаций;

приобретение обучающимися знаний о роли приемов и навыков убеждающего речевого воздействия;

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Искусство презентации рекламных проектов» относится к дисциплинам, расположенным в части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин (практик):

Научно-исследовательская работа

«Преддипломная практика»;

«Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы».

Знания, полученные в результате изучения данного курса, могут быть использованы также для написания и защиты магистерской, кандидатской и докторской диссертаций.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих за ней дисциплин.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИУК-4.1. Учитывает особенности деловой коммуникации на государственном и иностранном языках в зависимости от особенностей вербальных и невербальных средств общенияИУК-4.2. Умеет вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном и иностранном языках с

	учетом своеобразия стилистики официальных и неофициальных писем, а также социокультурных различий в формате корреспонденции
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ИУК-5.3. Взаимодействует с людьми с учетом социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИПК-1.1. Разрабатывает и эффективно применяет коммуникационные кампании, проекты и мероприятия ИПК-1.2. Формулирует требования к коммуникационным кампаниям, проектам и мероприятиям

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Поведение потребителей»

1. Цель и задачи изучения дисциплины

К основной **цели** освоения обучающимися дисциплины «Поведение потребителей» относится обеспечение обучающихся необходимыми знаниями и умениями в области потребительского поведения, факторов, его определяющих и формирующих, а также методов и подходов к управлению потребительским поведением.

К основным **задачам** освоения дисциплины «Поведение потребителей» обучающимися следует отнести:

- Изучение механизмов принятия потребительского решения;
- Исследование внешних и внутренних факторов, определяющих поведение потребителей.
- Рассмотрение психологических аспектов мотивации;
- Изучение индивидуальных психологических различий потребителей;
- Изучение эффективных приемов и методов воздействия на поведение потребителя.
- Изучение психологии консьюмеризма.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Поведение потребителей» относится к дисциплинам, расположенным в части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен иметь следующие результаты обучения по дисциплине:

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИУК-4.1. Учитывает особенности деловой коммуникации на государственном и иностранном языках в зависимости от особенностей вербальных и невербальных средств общения ИУК-4.2. Умеет вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном и иностранном языках с учетом своеобразия стилистики официальных и неофициальных писем, а также социокультурных различий в формате корреспонденции ИУК-4.3. Выполняет перевод профессиональных текстов с иностранного языка на государственный язык РФ и с государственного языка РФ на иностранный

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 академических часов).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Основы брендинга»

1. Цели и задачи изучения дисциплины:

Цель освоения дисциплины «Основы брендинга» заключается в достижении обучающимися знаний базовых составляющих брендинга как технологии формирования и поддержки участников рынка, освоением терминологии в объектно-предметной области брендинга, средств и инструментов измерения бренда.

К основным **задачам** освоения дисциплины «Основы брендинга» следует отнести:

- определение сущности брендинга, его содержание и значение;
- рассмотреть маркетинговые, семиотические и коммуникативные закономерности брендинга;
- изучить теорию и практику товарного и корпоративного брендинга;
- уточнить методические основы анализа индивидуальности бренда;
- освоить методику организации и проведения маркетинговых исследований при разработке бренда и содержание планетарного анализа портфеля брендов;
- рассмотреть процесс планирования и моделирование идентичности бренда;
- изучить процесс развития брендов в пространстве и времени.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Настоящая дисциплина относится к дисциплинам, расположенным в части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик:

- Основы интегрированных коммуникаций
- Основы маркетинга

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих за ней дисциплин:

- Бренд-менеджмент,
- Управление репутацией бренда,
- Экономическая оценка эффективности бренда.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В процессе освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИУК-4.1. Учитывает особенности деловой коммуникации на государственном и иностранном языках в зависимости от особенностей вербальных и невербальных средств общения ИУК-4.2. Умеет вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном и иностранном языках с учетом своеобразия стилистики официальных и неофициальных писем, а также социокультурных различий в формате корреспонденции ИУК-4.3. Выполняет перевод профессиональных текстов с иностранного языка на государственный язык РФ и с государственного языка РФ на иностранный

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 академических часов).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Бренд-менеджмент»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

К основной **цели** освоения обучающимися дисциплины «Бренд-менеджмент» является приобретение обучающимися знаний о комплексе бренд-менеджмента, моделях и методиках современного брендинга, способах анализа бренда как категории рекламы и связей с общественностью, теоретических и практических основах процесса создания и управления брендом; обучение навыкам, необходимым в профессиональной деятельности по созданию и развитию брендов.

К основным **задачам** освоения дисциплины «Бренд-менеджмент» обучающимися следует отнести:

- получение знаний об основных теоретических положениях курса и базовых понятиях дисциплины;
- изучение характеристик эффективного бренд -менеджмента в различных сферах;
- ознакомление с теорией и практикой построения товарного, корпоративного, индивидуального и территориального бренда;
- анализ мирового, отечественного, регионального опыта построения и
- управления брендом;
- формирование представлений о ключевых характеристиках бренд-менеджмента;
- формирование практических навыков оценки концепции бренда;
- развитие творческих способностей, необходимых для формирования положительного образа бренда;
- закрепление у обучающихся знаний и навыков, необходимых для профессионального подхода к бренд - менеджменту.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Бренд-менеджмент» относится к дисциплинам, расположенным в части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ИУК-5.1. Анализирует и интерпретирует события, современное состояние общества, проявления его межкультурного разнообразия в социально-историческом, этическом и философском контекстах ИУК-5.2. Осознает систему общечеловеческих ценностей, понимает значение для развития цивилизаций исторического наследия и социокультурных традиций различных социальных групп, этносов и конфессий, а также мировых религий, философских и этических учений ИУК-5.3. Взаимодействует с людьми с учетом социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 академических часов). Предусмотрена курсовая работа в 7-м семестре для очной формы обучения и 9-м семестре для заочной формы обучения.

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Оценка эффективности бренда»

1. Цель и задачи изучения дисциплины

К основной **цели** освоения обучающимися дисциплины «Оценка эффективности бренда» следует отнести формирование у них знаний об экономической составляющей в структуре брендинга, с определенными подходами и методами оценки бренда.

К основным задачам освоения дисциплины «Оценка эффективности бренда» обучающимися следует отнести:

получение знаний о сущности и специфике бренда как экономической категории;

получение представлений о финансовых аспектах брендинга;

приобретение навыков выбора и использования методик при оценке стоимости бренда;

получение представлений об основных технологиях управления эффективностью брендинга.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Оценка эффективности бренда» относится к дисциплинам, расположенным в части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата.

Дисциплина «Оценка эффективности бренда» взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками образовательной программы, изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик:

«Основы маркетинга»;
«Маркетинговые исследования»;
«Основы рекламы»;
«Основы связей с общественностью»;
«Основы интегрированных коммуникаций»;
«Основы брендинга»;
«Бренд–менеджмент»;
«Управление репутацией бренда»;
«Профессионально-творческая практика»;
«Производственная практика».

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин (практик):

«Преддипломная практика»;
«Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы».

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины «Оценка эффективности бренда» у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	ИУК-9.1. Понимает базовые принципы функционирования макроэкономики и экономического развития, цели и виды участия государства в экономике ИУК-9.2. Представляет основные закономерности функционирования микроэкономики и факторы, обеспечивающие рациональное использование ресурсов и достижение эффективных результатов деятельности ИУК-9.3. Применяет методы экономического и финансового планирования для достижения личных финансовых целей, использует адекватные поставленным целям финансовые инструменты управления личным бюджетом, оптимизирует собственные финансовые риски

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 академических часов).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Управление репутацией бренда»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

К **основной цели** освоения обучающимися дисциплины «Управление репутацией бренда» следует отнести формирование у них знаний о процессе управления репутацией бренда как особой единице в структуре брендинга, с определенными этапами, принципами, методами, средствами и технологиями управления.

К **основным задачам** освоения дисциплины «Управление репутацией бренда» обучающимися следует отнести:

- получение знаний о репутации как важном стратегическом активе; об основных ее компонентах и главных целевых аудиториях репутации;
- овладение понятийным аппаратом в области управления репутацией и репутационного менеджмента;
- закрепление умений ориентироваться в методах расчета goodwill и количественной и качественной оценке репутации;
- получение представлений об основных подходах и принципах формирования нужного информационного пространства, инструментах мониторинга СМИ, основных понятиях, категориях и инструментах проведения репутационного и коммуникационного аудита;
- приобретение навыков составления пулов целевых СМИ и составления информационной основы репутации;
- овладение инструментами создания нужного образа и технологиями разработки информационной политики;
- ознакомление с основными технологиями управления репутацией, особенностями и возможностями каждой технологии;
- совершенствование умений разрабатывать коммуникационную политику, как для внешних, так и для внутренних аудиторий;
- овладение навыками разработки коммуникационной программы в соответствии с репутационной стратегией и технологиями ее практической реализации;
- уяснение основных принципов управления репутационными рисками в ситуациях кризиса;
- ознакомление с технологиями практической реализации антикризисной программы для сохранения репутации;
- приобретение знаний об основных инструментах работы с репутацией в сети Интернет.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Управление репутацией бренда» относится к дисциплинам, расположенным в части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ИУК-5.1. Анализирует и интерпретирует события, современное состояние общества, проявления его межкультурного разнообразия в социально-историческом, этическом и философском контекстах ИУК-5.2. Осознает систему общечеловеческих ценностей, понимает значение для развития цивилизаций исторического наследия и социокультурных традиций различных социальных групп, этносов и конфессий, а также мировых религий, философских и этических учений ИУК-5.3. Взаимодействует с людьми с учетом социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 академических часов).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Контент в цифровых медиа»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

Целью дисциплины «Контент в цифровых медиа» является формирование у студентов базовых навыков подготовки и планирования контента для цифровых медиа в зависимости от маркетинговых целей, рыночной ситуации, характеристик потребителя/пользователя и иных факторов, влияющих на конечный информационный продукт.

Задачи дисциплины:

- формирования устойчивых знаний в области контент-маркетинга в цифровой среде: терминологии, особенностей и возможностей современных медиаканалов, принципов создания контента, прежде всего, текстового.
- знакомство с удачными и неудачными примерами цифрового контента с целью усвоения необходимых элементов, присущих качественному контенту.
- формирование навыков подготовки материалов к публикации в цифровых медиа.
- развитие навыков анализа и оценки контента в цифровых медиа;
- освоение способов взаимодействия с подрядчиками, создающими контент в цифровых медиа.

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

Дисциплина «Контент в цифровых медиа» относится к дисциплинам, расположенным в части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик:

- Философия
- Психология
- Русский язык и культура речи
- Основы маркетинга
- Основы рекламы
- Основы связей с общественностью
- Основы теории коммуникации

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИУК-4.1. Учитывает особенности деловой коммуникации на государственном и иностранном языках в зависимости от особенностей вербальных и невербальных средств общения ИУК-4.2. Умеет вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном и иностранном языках с учетом своеобразия стилистики официальных и неофициальных писем, а также социокультурных различий в формате корреспонденции ИУК-4.3. Выполняет перевод профессиональных текстов с иностранного языка на государственный язык РФ и с государственного языка РФ на иностранный
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ИУК-5.1. Анализирует и интерпретирует события, современное состояние общества, проявления его межкультурного разнообразия в социально-историческом, этическом и философском контекстах ИУК-5.2. Осознает систему общечеловеческих ценностей, понимает значение для развития цивилизаций исторического наследия и социокультурных традиций различных социальных групп, этносов и конфессий, а также мировых религий, философских и этических учений

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетные единицы (252 академических часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Основы визуальных коммуникаций»

1.Цели освоения дисциплины

Основной целью освоения дисциплины «Основы визуальных коммуникаций» является формирование у студентов теоретических знаний, практических навыков и развитие профессиональных компетенций применительно к проектированию визуальных коммуникаций в рекламе.

К числу **основных задач** изучения дисциплины относятся:

- формирование у студентов представления об истории, основных принципах и этапах проектирования визуальных коммуникаций, а также основных применяемых **в современных** визуальных коммуникациях **выразительных средств;**
- развить и закрепить основные навыки проектирования информационно-рекламной продукции в соответствии с задачей, а также подготовки и принятия решений в области создания и управления аудио-, видео, графических и интернет-материалов с использованием современных технологий;
- ознакомление с комплексом визуальных средств воздействия, используемых в разработке аудио-, видео, графических и интернет-материалов.

2.Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Основы визуальных коммуникаций» к дисциплинам, расположенным в части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата.

Дисциплина «Основы визуальных коммуникаций» взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками:

- Искусство презентации рекламных проектов
- Бренд-менеджмент
- Учебная практика (Профессионально-ознакомительная)
- Производственная практика (Профессионально-ознакомительная)
- Производственная практика (Преддипломная)

3.Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ИУК-5.1. Анализирует и интерпретирует события, современное состояние общества, проявления его межкультурного разнообразия в социально-историческом, этическом и философском контекстах ИУК-5.2. Осознает систему общечеловеческих ценностей, понимает значение для развития цивилизаций исторического наследия и социокультурных традиций различных социальных групп, этносов и конфессий, а также мировых религий, философских и этических учений ИУК-5.3. Взаимодействует с людьми с учетом социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции

4.Объём дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц (252 часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Управление контентом в социальных сетях»

1. Цель и задачи изучения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен иметь следующие результаты обучения по дисциплине:

Целями изучения дисциплины «Управление контентом в социальных сетях» являются:

- формирование знаний получение знаний о создании контента и управлении контентом Интернет-ресурсов с веб-ориентированной информационной архитектурой и контент-ориентированными бизнес-процессами;
- приобретение практических навыков организации и управления контентом в социальных сетях Интернет.

Основные **задачи** изучения дисциплины:

- формирование знаний о контенте социальных сетей Интернет;
- ознакомление со специальными и специфическими областями управления контентом в социальных сетях Интернет;
- развитие практических навыков освоения управления контентом в социальных сетях Интернет.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Управление контентом в социальных сетях» относится к дисциплинам, расположенным в части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах:

- Основы теории коммуникации;
- Основы рекламы;
- Теория и практика массовой информации.
- Основы связей с общественностью;
- Основы интегрированных коммуникаций;
- Медиапланирование.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих за ней дисциплин:

- Средства разработки мобильных приложений;
- Проектирование сайта;
- Менеджмент интернет-проектов.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

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	ИУК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами, основными компонентами проекта и ожидаемыми результатами его реализации

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ИУК-5.1. Анализирует и интерпретирует события, современное состояние общества, проявления его межкультурного разнообразия в социально-историческом, этическом и философском контекстах ИУК-5.2. Осознает систему общечеловеческих ценностей, понимает значение для развития цивилизаций исторического наследия и социокультурных традиций различных социальных групп, этносов и конфессий, а также мировых религий, философских и этических учений ИУК-5.3. Взаимодействует с людьми с учетом социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 академических часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Блоггинг»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Блоггинг» является формирование у обучающихся представления о блоггинге как маркетинговом инструменте, его особенностях функционирования, воздействия на аудиторию, возможностях продвижения различных объектов.

Задачи курса:

- ознакомить обучающихся с разновидностями блогов и платформ для их ведения
- сформировать представление о стратегии ведения блога
- изучить способы продвижения блогов на коммерческой и некоммерческой основе
- изучить методы получения статистической информации о блоге

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Блоггинг» относится к дисциплинам, расположенным в части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик:

Основы маркетинга;
Маркетинговые исследования;
Информационные технологии медиаанализа;
Основы кодирования и программирования в интернет-маркетинге;
Базы данных в стратегическом планировании коммуникации;
Основы рекламы;
Основы связей с общественностью;
Основы интегрированных коммуникаций;
Медиапланирование;
Управление репутацией бренда;
Основы визуальных коммуникаций;
Основы контент-маркетинга;
Управление контентом в социальных сетях;

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих за ней дисциплин:

Средства разработки мобильных приложений;
Проектирование сайта.

3.Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен иметь следующие результаты обучения по дисциплине:

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие ИУК-1.2. Осуществляет поиск, критически оценивает, обобщает, систематизирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи ИУК-1.3. Рассматривает и предлагает рациональные варианты решения поставленной задачи, используя системный подход, критически оценивает их

	достоинства и недостатки

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 академических часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Элективные курсы по физической культуре и спорту»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

Целью дисциплины «Элективные курсы по физической культуре и спорту» обучающихся является формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Для достижения поставленной цели предусматривается решение следующих воспитательных, образовательных, развивающих, и оздоровительных задач:

- понимание социальной значимости физической культуры и её роли в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности;
- знание биологических, психолого-педагогических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;
- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое совершенствование и самовоспитание привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом;
- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте;
- приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности к будущей профессии и быту;
- создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений.

2.Место дисциплины в структуре ОП

Являясь компонентом общей культуры, психофизического становления и профессиональной подготовки обучающегося в течение всего периода обучения, дисциплина «Элективные курсы по физической культуре и спорту» реализуется в рамках части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата. федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

3.Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине «Элективные курсы по физической культуре и спорту»:

УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	ИУК-7.1. Грамотно выбирает методы здоровьесбережения для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма и условий реализации профессиональной деятельности ИУК-7.2. Поддерживает оптимальный уровень физической нагрузки для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности ИУК-7.3. Соблюдает нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 328 академических часов.

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Офисный редактор в цифровой среде»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Офисный редактор в цифровой среде» являются формирование представления о функциональных возможностях программ для обработки графической информации и приобретение практических навыков для творческого использования информационных технологий в рекламе.

Задачи дисциплины «Офисный редактор в цифровой среде» заключаются в изучении основных технологий обработки графической информации и приобретение навыков разработки и редактирования изображений.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Офисный редактор в цифровой среде» относится к дисциплинам по выбору, расположенным в части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата.

Изучение дисциплины базируется на следующих дисциплинах: «Математические методы в рекламе и связях с общественностью», «Информационные технологии медиаанализа». Дисциплина обеспечивает изучение дисциплин «Основы кодирования и программирования в Интернет-маркетинге», «Базы данных в стратегическом планировании коммуникаций», «Контент в цифровых медиа».

Знания и практические навыки, полученные из курса «Офисный редактор в цифровой среде», используются при изучении естественно-научных дисциплин, а также при разработке курсовых и дипломных работ.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

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	ИУК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами, основными компонентами проекта и ожидаемыми результатами его реализации ИУК-2.3. Выбирает оптимальные способы планирования, распределения зон ответственности, решения задач, анализа результатов с учетом действующих правовых норм, имеющихся условий, ресурсов и ограничений, возможностей использования
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.1. Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, учитывая особенности поведения и интересы других участников команды

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет **3** зачетных единицы (108 академических часов).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Программные средства визуального редактирования в цифровой среде»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Программные средства визуального редактирования в цифровой среде» являются формирование представления о функциональных возможностях современных информационно-коммуникационные технологий, которые могут быть применены для разработки мультимедийных проектов.

Задачи дисциплины «Программные средства визуального редактирования в цифровой среде» заключаются в изучении основных технологий создания мультимедийных продуктов и приобретение навыков применения современных информационно-коммуникационных технологий при разработке мультимедийных проектов.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Программные средства визуального редактирования в цифровой среде» относится к дисциплинам по выбору, расположенным в части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата.

Изучение дисциплины базируется на следующих дисциплинах: «Математические методы в рекламе и связях с общественностью», «Информационные технологии медиаанализа». Дисциплина обеспечивает изучение дисциплин «Основы кодирования и программирования в Интернет-маркетинге», «Базы данных в стратегическом планировании коммуникаций», «Контент в цифровых медиа».

Знания и практические навыки, полученные из курса «Программные средства визуального редактирования в цифровой среде», используются при изучении естественно-научных дисциплин, а также при разработке курсовых и дипломных работ.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

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	ИУК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами, основными компонентами проекта и ожидаемыми результатами его реализации ИУК-2.3. Выбирает оптимальные способы планирования, распределения зон ответственности, решения задач, анализа результатов с учетом действующих правовых норм, имеющихся условий, ресурсов и ограничений, возможностей использования
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.1. Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, учитывая особенности поведения и интересы других участников команды

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет **3** зачетных единицы (108 академических часов).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Основы SMM и таргетинга в социальных сетях интернет»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

Целью дисциплины «Основы SMM и таргетинга в социальных сетях интернет» является формирование у студентов навыков продвижения в социальных сетях.

Задачи дисциплины:
- сформировать понимание алгоритмов и принципов работы с социальными сетями;
- изучить особенности работы аналитики социальных сетей;
- научиться настраивать таргетированную рекламу в социальных сетях;
- развить навыки ведения проектов в социальных медиа;
- освоить современные инструменты (сервисы), применяемые в работе с социальными сетями.

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

Дисциплина «Основы SMM и таргетинга в социальных сетях интернет» относится к дисциплинам по выбору, расположенным в части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик:
- Технологии рекламы и связей с общественностью

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих за ней дисциплин:
- Медиастратегии и медиапланирование в маркетинговых и социальных коммуникациях

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие ИУК-1.2. Осуществляет поиск, критически оценивает, обобщает, систематизирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи ИУК-1.3. Рассматривает и предлагает рациональные варианты решения поставленной задачи, используя системный подход, критически оценивает их достоинства и недостатки

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.1. Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, учитывая особенности поведения и интересы других участников команды ИУК-3.2. Планирует и анализирует последствия личных действий, адекватно оценивает идеи и предложения других участников для достижения поставленной цели в командной работе ИУК-3.3. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды, соблюдая установленные нормы и правила социального взаимодействия, несет личную ответственность за свой вклад в результат командной работы

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 академических часов).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Социальные медиа в мобильной цифровой среде»

3. Цели и задачи изучения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Социальные медиа в мобильной цифровой среде» является формирование знаний принципов действия социальных сетей, ифункционирования социальных медиа, развитие умений и навыков эффективного использования возможностей социальных медиа в мобильной цифровой среде профессиональной деятельности.

К числу основных **задач** изучения дисциплины относятся:

формирование базовых знаний о специфике социальных медиа как нового типа средств массовой информации и коммуникации;

формирование основ практических умений организации работы с социальными медиа в мобильной цифровой среде;

формирование навыков самообразования и профессионального совершенствования в ходе изучения новых социальных сервисов и работы с ними;

реализация коммуникативных, технических и эвристических способностей у обучающихся в ходе работы с социальными медиа в мобильной цифровой среде.

2.Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

Дисциплина «Социальные медиа в мобильной цифровой среде» относится к дисциплинам по выбору, расположенным в части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы магистратуры.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах и прохождении практик:

- Психология массовых коммуникаций
- Социология в рекламе и связях с общественностью
- Основы маркетинга
- Управление рекламными процессами
- Основы рекламы
- Основы связей с общественностью
- Основы интегрированных коммуникаций
- Информационные технологии медиаанализа
- Язык рекламных текстов
- Стилистические ресурсы рекламных обращений
- Контент в цифровых медиа
- Основы визуальных коммуникаций
- Программные средства визуального редактирования в цифровой среде
- Профессионально-ознакомительная практика
- Профессионально-творческая практика

Формируемые данной учебной дисциплиной знания, умения и навыки, являются условием эффективного освоения следующих дисциплин учебного плана:

- Медиапланирование
- Основы копирайтинга
- Управление контентом в социальных сетях
- Блоггинг
- Основы SMM и таргетинга в социальных сетях интернет
- Разработка рекламного и PR-продукта
- Научно-исследовательская работа
- Преддипломная практика

3.Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие ИУК-1.2. Осуществляет поиск, критически оценивает, обобщает, систематизирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи ИУК-1.3. Рассматривает и предлагает рациональные варианты решения поставленной задачи, используя системный подход, критически оценивает их достоинства и недостатки
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.1. Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, учитывая особенности поведения и интересы других участников команды ИУК-3.2. Планирует и анализирует последствия личных действий, адекватно оценивает идеи и предложения других участников для достижения поставленной цели в командной работе ИУК-3.3. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды, соблюдая установленные нормы и правила социального взаимодействия, несет личную ответственность за свой вклад в результат командной работы

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 академических часов).

Аннотация программы дисциплины:
«Инновационное материаловедение в маркетинговых коммуникациях»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

К основным целям освоения дисциплины «Инновационное материаловедение в маркетинговых коммуникациях» следует отнести:

- формирование знаний по составу, структуре и свойствам материалов;
- формирование знаний в области инновационного материаловедения в рекламной деятельности;
- формирование знаний в области полиграфических технологий при производстве рекламного продукта.

К основным задачам освоения дисциплины «Инновационное материаловедение в маркетинговых коммуникациях следует отнести:

- овладение терминологией и понятиями в области инновационного материаловедения;
- ознакомление с основными группами носителей печатного продукта, их свойствами и областью применения;
- дать представление о критериях оценки качества полиграфической продукции;
- приобретение навыков рационального применения полиграфических современных носителей в маркетинговых коммуникациях.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Инновационное материаловедение в маркетинговых коммуникациях» относится к дисциплинам по выбору, расположенным в части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата. Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах:

- «Введение в проектную деятельность»,
- «Основы теории коммуникации»
- «Теория и практика массовой информации»,
- «Основы рекламы».

Для освоения учебной дисциплины, обучающиеся должны владеть знаниями и компетенциями, перечисленными в рабочих программах перечисленных дисциплин, на которых базируется дисциплина «Инновационное материаловедение в маркетинговых коммуникациях».

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

- «Управление рекламными процессами»,
- «Технологии продаж»,
- «Проектная деятельность»,
- «Основы технологического предпринимательства»,
- «Основы интегрированных коммуникаций»,
- «Основы визуальных коммуникаций»,
- «Профессионально-ознакомительная практика».

Полученные в ходе изучения дисциплины знания и практические навыки используются при прохождении программ производственной и преддипломной практик, при выполнении курсовых и выпускных квалификационных работ.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

ПК-2 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ИПК-2.1. Применяет основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке стратегии продвижения ИПК-2.2. Выбирает и эффективно использует СМИ при реализации коммуникационного продукта
ПК-3 Способен осуществлять исследования в целях разработки и реализации проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	ИПК-3.1. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Аннотация программы дисциплины:
«Материалы современных рекламоносителей»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

К **основным целям** освоения дисциплины «Материалы современных рекламоносителей» следует отнести:

- формирование знаний по составу, структуре и свойствам материалов;
- формирование у студентов системы профессиональных знаний, умений и навыков технологических процессов и ассортимента материалов, используемых в производстве печатных рекламных средств информации.

К **основным задачам** освоения дисциплины «Материалы современных рекламоносителей» следует отнести:

- овладение терминологией и понятиями в области инновационного материаловедения;
- освоение теоретического и практического материала по выпуску рекламных средств информации высокого качества, соответствующих всем предъявляемым требованиям (экономическим, экологическим, эксплуатационным, эстетическим и др.);
- приобретение навыков рационального применения полиграфических современных носителей в маркетинговых коммуникациях.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Настоящая дисциплина «Материалы современных рекламоносителей» относится к дисциплинам по выбору, расположенным в части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы магистратуры.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах:

- «Введение в проектную деятельность»,
- «Основы теории коммуникации»
- «Теория и практика массовой информации»,
- «Основы рекламы».

Для освоения учебной дисциплины, обучающиеся должны владеть знаниями и компетенциями, перечисленными в рабочих программах перечисленных дисциплин, на которых базируется дисциплина «Материалы современных рекламоносителей».

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

- «Управление рекламными процессами»,
- «Технологии продаж»,
- «Проектная деятельность»,
- «Основы технологического предпринимательства»,
- «Основы интегрированных коммуникаций»,
- «Основы визуальных коммуникаций»,
- «Профессионально-ознакомительная практика».

Полученные в ходе изучения дисциплины знания и практические навыки используются при прохождении программ производственной и преддипломной практик, при выполнении курсовых и выпускных квалификационных работ.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

ПК-2 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ИПК-2.1. Применяет основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке стратегии продвижения ИПК-2.2. Выбирает и эффективно использует СМИ при реализации коммуникационного продукта
ПК-3 Способен осуществлять исследования в целях разработки и реализации проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	ИПК-3.1. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы»

В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (далее – ФГОС ВО) обучение по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» в ФГБОУ ВО «Московский политехнический университет» завершается итоговой государственной аттестацией в форме выпускной квалификационной работы.

Требования к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы, предъявляемые в ФГБОУ ВО «Московский политехнический университет», определены следующими документами:

– Порядком проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 июня 2015 г. №636;

– Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата)», утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. №512.

Выпускная квалификационная работа бакалавра представляет собой теоретико-прикладное исследование одной из актуальных тем, связанных с рекламой и связями с общественностью, в которой выпускник демонстрирует теоретические знания, практические навыки и освоенные в процессе обучения компетенции, предусмотренные ФГОС ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Выпускная квалификационная работа представляет собой законченную разработку, в которой решаются актуальные для организаций экономические проблемы и задачи, и демонстрирует степень подготовленности бакалавра к работе в рамках выбранного типа задач профессиональной деятельности *(*организационный, маркетинговый, проектный*).*

В ходе государственной итоговой аттестации (выполнения и защиты выпускной квалификационной работы) оценивается сформированность у обучающихся следующих результатов освоения ОП ВО:

универсальными компетенциями:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

общепрофессиональными компетенциями:

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

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

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

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

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

профессиональными компетенциями, соответствующими типам задач профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа бакалавриата:

Организационный:

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

Маркетинговый:

ПК-2 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

Проектный:

ПК-3 Способен осуществлять исследования в целях разработки и реализации проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

Оценка сформированности компетенций происходит в разрезе следующих этапов:

Перечень компетенций с указанием этапов их оценивания в процессе государственной итоговой аттестации

Демонстрируемые компетенции		Этапы выполнения и защиты ВКР						
		Выбор темы ВКР	Подбор литературы, нормативной и первичной документации по теме ВКР	Написание теоретико-методологической части ВКР (главы 1 и 2)	Написание практико-ориентированной части ВКР (глава 3)	Написание аннотации и реферата к ВКР	Подготовка доклада и презентации для защиты ВКР	Защита ВКР
Универсальные (УК)	УК - 1	+	+	+	+	+	+	+
	УК - 2		+	+				+
	УК - 3			+	+			
	УК - 4		+	+	+			
	УК - 5		+			+		
	УК - 6		+					+
	УК - 7	+	+	+	+	+	+	+
	УК - 8		+	+	+	+	+	+
	УК - 9							
	УК - 10							
Общепрофессиональные (ОПК)	ОПК - 1		+	+	+	+	+	+
	ОПК - 2		+	+	+			
	ОПК - 3		+	+	+	+	+	
	ОПК - 4		+	+	+	+	+	+
	ОПК - 5							+
	ОПК - 6		+	+	+			
	ОПК - 7		+	+	+		+	

Демонстрируемые компетенции		Этапы выполнения и защиты ВКР						
		Выбор темы ВКР	Подбор литературы, нормативной и первичной документации по теме ВКР	Написание теоретико-методологической части ВКР (главы 1 и 2)	Написание практико-ориентированной части ВКР (глава 3)	Написание аннотации и реферата к ВКР	Подготовка доклада и презентации для защиты ВКР	Защита ВКР
Профессиональные (ПК)	ПК-1		+	+	+	+	+	+
	ПК-2		+	+	+	+	+	
	ПК–3	+	+	+	+	+	+	+

Самостоятельно выполненная выпускная квалификационная работа показывает уровень освоения выпускником методов научного анализа социально-экономических процессов и явлений, умение делать теоретические обобщения и адекватные сложившейся экономической ситуации выводы на основе проведенного анализа числовой информации, обоснованные предложения и рекомендации по совершенствованию рекламной и PR - деятельности исследуемой организации. При написании выпускной квалификационной работы по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» выпускники обязаны использовать справочно-правовые системы для обеспечения актуальности нормативной базы проведенного исследования.

Выпускная квалификационная работа по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» выявляет не только уровень теоретической подготовленности выпускника, но и проверяет навыки грамотного оформления полученных в ходе работы результатов и умения представить их в виде доклада.

Таким образом, выпускная квалификационная работа по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» имеет целью:

– систематизацию, закрепление и расширение теоретических знаний и практических навыков по выбранному профилю подготовки и применение этих знаний при решении научных и практических задач экономического характера;

– развитие навыков самостоятельной научной работы и овладение методикой проведения исследований при решении экономических проблем организаций различных организационно-правовых форм и форм собственности;

– выяснение подготовленности выпускников к работе в рамках выбранного вида деятельности .

Выпускная квалификационная работа по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» должна:

– выполняться на актуальную тему;

– отвечать требованиям логики при изложении теоретических и эмпирических данных;

– отражать умение выпускника пользоваться рациональными приемами отбора и обработки информации;

– опираться на актуальную научную и практическую литературу по исследуемой проблеме и действующие редакции нормативно-правовых актов в области рекламы и связей с общественностью;

– завершаться экономически обоснованными рекомендациями и доказательными выводами, сделанными на основе анализа данных конкретной российской организации, являющейся базой проведенного исследования;

– соответствовать определенным правилам оформления.

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Разработка рекламного и PR –продукта»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

Основной целью освоения дисциплины «Разработка рекламного и PR-продукта» является формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков разработки рекламных и PR-продуктов.

К числу **основных задач** изучения дисциплины относятся:

- формирование у обучающихся представления об основных направлениях и технологических процессах подготовки материалов рекламных и PR-продуктов;
- развить и закрепить основные навыки разработки макетов, подготовки и принятия решений в области создания и управления рекламных и PR-продуктов с использованием современных технологий;
- ознакомление с комплексом визуальных средств воздействия, используемых в разработке рекламных и PR-продуктов.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Разработка рекламного и PR-продукта» является факультативной дисциплиной учебного плана образовательной программы бакалавриата.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие
ПК-3 Способен осуществлять исследования в целях разработки и реализации проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	ИПК-3.1. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Государственные программы и проекты»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

Основной целью дисциплины «Государственные программы и проекты» является изучение и освоение студентами теоретических основ и практических навыков в области управления государственными программами и проектами. Владение теоретическими основами и практическими навыками в области управления проектами необходимы для успешного освоения и внедрения инновационных технологий, определяющих промышленное развитие и управления, создания и реализации инновационных проектов, профессионального личностного роста и саморазвития, креативного решения задач текущего и стратегического управления: начиная с управления персоналом и заканчивая освоением наукоемких технологий.

К **основным задачам** освоения дисциплины «Государственные программы и проекты» следует отнести:

– изучение основных методов и технологий управления проектами: создание концепции проекта, команды проекта, планирование проекта, реализация и т.д.;

- изучение основных технологий проектного управления: характеристики, способы применения, ограничения, достоинства, недостатки, область использования (применения) и т.д..

- формирование и развитие теоретических знаний и практических навыков в области технического и социального проектирования и управления проектами

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Государственные программы и проекты» является факультативной дисциплиной учебного плана образовательной программы бакалавриата.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.2. Осуществляет поиск, критически оценивает, обобщает, систематизирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи ИУК-1.3. Рассматривает и предлагает рациональные варианты решения поставленной задачи, используя системный подход, критически оценивает их достоинства и недостатки
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	ИУК-2.1.Формулирует совокупность задач в рамках поставленной цели проекта, решение которых обеспечивает ее достижение ИУК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами, основными компонентами проекта и ожидаемыми результатами его реализации ИУК-2.3. Выбирает оптимальные способы планирования, распределения зон ответственности, решения задач, анализа результатов с учетом действующих правовых норм, имеющихся условий, ресурсов и ограничений, возможностей использования

Знать:

- систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития

Уметь:

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

Владеть:

- навыками создания коммуникационных продуктов, учитывая основные тенденции развития общественных и государственных институтов;

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).