Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 26.08.2024 15:20:26
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

Аннотации рабочих программ дисциплин
ООП направления подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», магистерской программы «Продюсирование в креативных индустриях», год набора 2024, форма обучения очно-заочная.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Иностранный язык в креативных индустриях»

1.Цели и задачи дисциплины

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

комплексное развитие сформированных на предыдущих ступенях образования коммуникативных навыков студентов, необходимых для эффективного повседневного и профессионального общения, а также знакомство студентов с цифровыми инструментами, которые как способствуют формированию необходимых иноязычных коммуникативных компетенций, так и облегчают устное и письменное взаимодействие с зарубежными коллегами.

К **основным задачам** освоения дисциплины «Иностранный язык в креативных индустриях» 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 как в реальной жизни, так и в форме видеолекций и видеороликов в Интернете;
- развитие навыков чтения и понимания общетехнической, технической и научной литературы на иностранном языке по своему направлению подготовки;
- развитие умения грамотно выражать свои мысли в устной и письменной форме;
- развитие навыка использования цифровых инструментов для формирования необходимых иноязычных коммуникативных компетенций (онлайн толковые и двуязычные словари, инструменты для перевода текстов, исправления письменной речи, запоминания новых слов)
- формирование адекватного речевого поведения в повседневных и профессионально ориентированных ситуациях;
- формирование и развитие навыков самостоятельной работы (работы с иноязычными источниками, поиска и анализа необходимой информации, критического мышления) в том числе с привлечением цифровых инструментов (например: документы Google, сервисы для создания презентаций и т.д.).

2. Место дисциплины в структуре ООП магистратуры. Связь дисциплины с другими модулями (дисциплинами) учебного плана

Данный курс входит в перечень обязательной части Блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры.
Дисциплина «Иностранный язык в креативных индустриях» логически, содержательно и методически связана с другими гуманитарными дисциплинами в учебном плане, направленными на расширение кругозора, формирование гуманистического мировоззрения и развитие коммуникативных навыков, а также с информационными технологиями, которые направлены на формирования цифрового сознания студентов.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате изучения дисциплины «Иностранный язык в креативных индустриях» студенты должны:

Компетенции	Индикаторы компетенций
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	ИУК-4.1. Устанавливает и развивает профессиональные контакты, осуществляет академическое и профессиональное взаимодействие с применением современных коммуникативных технологий, в том числе на иностранном языке
	ИУК-4.2. Составляет и редактирует документацию с целью обеспечения академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке
	ИУК-4.3. Демонстрирует коммуникативную компетентность в условиях научно-исследовательской и проектной деятельности и презентации ее результатов на различных публичных мероприятиях, включая международные, в том числе на иностранном языке
ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ИОПК-1.2. Анализирует и учитывает изменения норм русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем при создании 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 научных исследований в креативных индустриях»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

Цель дисциплины «Основы научных исследований в медийной сфере» - формирование у студентов комплекса представлений, знаний и навыков по организации и проведению научных исследований в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины «Основы научных исследований в медийной сфере»:

- освоить организацию и проведение исследования в медийной сфере;
- оценить роль и значение PR в продвижении рекламных проектов: исследование рынка товаров и услуг;
- изучить возможности социально – психологического исследования целевых аудиторий;
– научиться проводить оценку деятельности сотрудников ведомственных и коммерческих информационных структур.
- освоить современные методы научного познания, понятие метода и методики исследования.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Основы научных исследований в медийной сфере» относится к обязательной части Блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик:

- Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности;
- Теории коммуникаций;
- Технологии рекламы и связей с общественностью;

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

- Управление творческими коллективами;
- Методы и техники создания медиаконтента;
- Научно-исследовательская работа.

3. В результате освоения дисциплины обучающийся магистратуры должен овладеть следующими результатами обучения:

Компетенции	Индикаторы компетенций
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИУК-1.1. Анализирует проблемную ситуацию как систему, осуществляет её декомпозицию и определяет связи между ее составляющими
	ИУК-1.2. Определяет противоречивость и пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, а также критически оценивает релевантность используемых информационных источников
	ИУК-1.3. Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов с учетом оценки существующих рисков и возможностей их минимизации

Компетенции	Индикаторы компетенций
УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	ИУК-6.3. Выстраивает собственную профессиональную траекторию, используя инструменты непрерывного образования, с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности и динамично изменяющихся требований рынка труда
ОПК-2 Способен анализировать основные 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. Применяет многообразие методов анализа при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ИОПК-3.1. Применяет знания достижений отечественной и мировой культуры
	ИОПК-3.2. Понимает процесс создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
	ИОПК-3.3. Анализирует многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

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

Аннотация рабочей программы дисциплины

«Продюсирование в креативных индустриях»

1.Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины «Продюсирование в креативных индустриях» - формирование у студентов комплекса представлений, знаний и навыков по мультимедиа, кроссмедиа и трансмедиа для любой творческой индустрии.

Задачи дисциплины «Продюсирование в креативных индустриях»:

- изучить исторические процессы развития продюсирования в зарубежной и российской практике разработки продукта;
- освоить различия между мультимедийными, трансмедийными и кроссмедийными продуктами креативных индустрий;
- освоить экономический анализ креативных индустрий.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Продюсирование в креативных индустриях» относится к обязательной части Блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик:

- Основы научных исследований в креативных индустриях;
-. Теории коммуникаций;
- Технологии рекламы и связей с общественностью;

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

- Бюджетирование в креативных индустриях;
- Аналитика трендов;
- Краудфандинг;
- Производственная практика (Научно-исследовательская работа).

3. В результате освоения дисциплины обучающийся магистратуры должен овладеть следующими результатами обучения:

Компетенции	Индикаторы компетенций
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИУК-1.1. Анализирует проблемную ситуацию как систему, осуществляет её декомпозицию и определяет связи между ее составляющими
	ИУК-1.2. Определяет противоречивость и пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, а также критически оценивает релевантность используемых информационных источников
	ИУК-1.3. Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов с учетом оценки существующих рисков и возможностей их минимизации
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИУК-2.1. Разрабатывает концепцию управления проектом на всех этапах его жизненного цикла в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель и пути достижения, задачи и способы их решения, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения

Компетенции	Индикаторы компетенций
	ИУК-2.2. Разрабатывает план реализации проекта в соответствии с существующими условиями, необходимыми ресурсами, возможными рисками и распределением зон ответственности участников проекта
	ИУК-2.3. Осуществляет мониторинг реализации проекта на всех этапах его жизненного цикла, вносит необходимые изменения в план реализации проекта с учетом количественных и качественных параметров достигнутых промежуточных результатов
ОПК-2 Способен анализировать основные 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. Применяет многообразие методов анализа при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ИОПК-3.1. Применяет знания достижений отечественной и мировой культуры
	ИОПК-3.2. Понимает процесс создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
	ИОПК-3.3. Анализирует многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные 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
	ИОПК-5.3. Анализирует актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем с учетом различных механизмов их функционирования

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

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

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Основы истории искусств»

1.Цели освоения дисциплины

Целью дисциплины «Основы истории искусств» является освоение магистрантами периодов истории искусств, ставших основой всего мирового культурного кода.

Задачи дисциплины:

- изучение важнейших ценностных системы, сформировавшихся в ходе исторического развития;
- освоение многообразия достижений отечественной и мировой культуры.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Основы истории искусств» относится к обязательной части Блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры.

Дисциплина «Основы истории искусств» взаимосвязана логически и содержательно-методически соотносится со следующими дисциплинами и практиками ООП:

– Теории коммуникаций;

- Управление творческими коллективами;
- Методы и техники создания медиаконтента.
- Производственная практика (профессионально-творческая)

3.Требования к результатам освоения дисциплины

Компетенции	Индикаторы компетенций
УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	ИУК-5.1. Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития, и обосновывает актуальность их использования при социальном и профессиональном взаимодействии
	ИУК-5.2. Выстраивает социальное и профессиональное взаимодействие с учетом общих и специфических черт различных культур и религий, особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других наций и конфессий, различных социальных групп
	ИУК-5.3. Обеспечивает создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач, демонстрируя понимание особенностей различных культур и наций
ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ИОПК-3.1. Применяет знания достижений отечественной и мировой культуры
	ИОПК-3.2. Понимает процесс создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
	ИОПК-3.3. Анализирует многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

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

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Управление творческими коллективами»

1.Цели освоения дисциплины

Целью дисциплины «Управление творческими коллективами» является освоение магистрантами принципов и методов управления рекламными и PR-агентствами и службами рекламы и PR фирмы или организации, а также получение навыков профессиональной работы в области рекламы и связей с общественностью.

Задачи дисциплины:

-изучение специфики и особенностей функционирования системы управления агентством рекламы и связей с общественностью и службы рекламы и связей с общественностью организации;

-освоение организационных форм управления в рекламе и связях с общественностью и принципов построения отделов по рекламе и связям с общественностью организации;

-формирование умений контроля и повышения эффективности результатов деятельности агентств и служб рекламы и связей с общественностью;

-формирование умения вести управленческую деятельность агентством рекламы и связей с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью организации.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Управление творческими коллективами» относится к обязательной части Блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры.

3.Требования к результатам освоения дисциплины

Компетенции	Индикаторы компетенций
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИУК-3.1. Демонстрирует управленческую компетентность, необходимую для формирования команды и руководства ее работой на основе разработанной стратегии сотрудничества
	ИУК-3.2. Планирует, организует, мотивирует, оценивает и корректирует совместную деятельность по достижению поставленной цели с учетом интересов, особенностей поведения и мнений ее членов
	ИУК-3.3. Применяет способы, методы и стратегии оптимизации социально-психологического климата в коллективе, предупреждения и разрешения конфликтов, технологии обучения и развития профессиональной и коммуникативной компетентности членов команды
ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ИОПК-6.1. Владеет инстструментами медиапленнинга и медиабаинга
	ИОПК-6.2. Применяет современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии в медиапроизводстве
ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ИОПК-7.1. Владеет инструментарием оценки и прогнозирования эффектов в медиасфере
	ИОПК-7.2. Понимает принципы социальной ответственности
	ИОПК-7.3. Определяет причинно-следственные связи эффектов в медиасфере и принципов социальной ответственности

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

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

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Психология массовых коммуникаций»

1. Цели и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины является ознакомление обучающихся с закономерностями и особенностями протекания психологических процессов в рекламных и PR- коммуникациях в современных условиях.

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

-рассмотреть закономерности протекания психических процессов маркетинговых коммуникаций;

-изучить особенности и закономерности протекания психических процессов социальных коммуникаций;

-овладеть методами изучения психологической составляющей маркетинговых и социальных коммуникаций;

-изучить основные инструменты психологического воздействия в маркетинговых и социальных коммуникациях;

-изучить методы оценки психологической эффективности маркетинговой и социальной коммуникаций.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина является «Психология массовых коммуникаций» относится к обязательной части Блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Компетенции	Индикаторы компетенций
УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	ИУК-5.1. Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития, и обосновывает актуальность их использования при социальном и профессиональном взаимодействии
	ИУК-5.2. Выстраивает социальное и профессиональное взаимодействие с учетом общих и специфических черт различных культур и религий, особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других наций и конфессий, различных социальных групп
	ИУК-5.3. Обеспечивает создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач, демонстрируя понимание особенностей различных культур и наций
ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования	ИОПК-4.1. Применяет многообразие методов анализа потребностей общества и интересов аудитории

Компетенции	Индикаторы компетенций
и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ИОПК-4.2. Определяет цели прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
	ИОПК-4.3. Понимает взаимосвязь целей прогнозирования спроса и потребностей общества и интересов аудитории на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты

4.Объём дисциплины и виды учебной работы

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

Аннотация рабочей программы дисциплины

«Технологии рекламы и связей с общественностью»

1. Цели и задачи дисциплины

К **основной цели** освоения дисциплины «Технологии рекламы и связей с общественностью» следует отнести овладение обучающимся знаниями и навыками в области технологий рекламы и связей с общественностью; организации рекламного процесса и связей с общественностью, оценки эффективности рекламных мероприятий и связей с общественностью, планирования и организации рекламных кампаний и связей с общественностью в процессе разработки рекламной продукции.

К **основным задачам** освоения дисциплины «Технологии рекламы и связей с общественностью» следует отнести:

- Изучение технологий в рекламе и связей с общественностью как научной и учебной дисциплины,
- освоение научной терминологии из области технологий рекламы и связей с общественностью;
- раскрытие художественно-эстетического своеобразия визуальных технологий в истории рекламы и связей с общественностью;
- изучение наиболее важных креативных технологий разработки рекламы и связей с общественностью,
- анализ влияния креативных технологий рекламы и связей с общественностью на коммуникативную эффективность,
- анализ эффективности креативных технологий рекламы и связей с общественностью на конкретных примерах;
- изучение методов и приемов использования визуальных технологий рекламы и связей с общественностью,
- исследование тенденций использования креативных технологий рекламы и связей с общественностью на рынке рекламы.

1. *Место дисциплины в структуре ОП*

Дисциплина «Технологии рекламы и связей с общественностью» к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры.

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

– Теории коммуникаций

– Стратегическое планирование маркетинговых и социальных коммуникаций.

2. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины «Технологии рекламы и связей с общественностью» должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

Компетенции	Индикаторы компетенций
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИУК-2.1. Разрабатывает концепцию управления проектом на всех этапах его жизненного цикла в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель и пути достижения, задачи и способы их решения, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения ИУК-2.2. Разрабатывает план реализации проекта в соответствии с существующими условиями, необходимыми ресурсами, возможными рисками и распределением зон ответственности участников проекта ИУК-2.3. Осуществляет мониторинг реализации проекта на всех этапах его жизненного цикла, вносит необходимые изменения в план реализации проекта с учетом количественных и качественных параметров достигнутых промежуточных результатов

4.Объём дисциплины и виды учебной работы

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

Аннотация рабочей программы дисциплины

«Теории коммуникации»

1. Цели и задачи дисциплины

Целями изучения дисциплины «Теории коммуникации» являются:

-приобретение обучающимися компетенций, связанных с изучением сущности и особенностей теории коммуникации, концепций и подходов к коммуникации, описываемых теорией коммуникации, моделей 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 теории коммуникации;

-приобретение практических навыков реализации теории коммуникации в организациях медиаиндустрии.

Основные **задачи** изучения дисциплины:

-формирование знаний в области теории коммуникации: терминологии, базовых моделей, уровней типов, видов и форм коммуникации, механизмов реализации теории коммуникации в сфере медиаиндустрии;

-ознакомление с основными специальными и специфическими областями теории коммуникации;

-развитие практических навыков в освоении и применении коммуникаций, предлагаемых теорией коммуникации; подходов в области социальной ответственности и формирование навыков составления социальной отчетности организации при использовании коммуникаций.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Теории коммуникации» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры.

Дисциплина «Теории коммуникации» взаимосвязана логически и содержательно - методически соотносится со следующими дисциплинами и практиками ОП:

-Стратегическое планирование маркетинговых коммуникаций.

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

-Событийный маркетинг;

-Стратегическое планирование маркетинговых коммуникаций;

-Медиапланирование и медиаизмерения в креативных индустриях;

-Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности;

3. Требования к результатам освоения дисциплины

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

Компетенции	Индикаторы компетенций
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	ИУК-4.1. Устанавливает и развивает профессиональные контакты, осуществляет академическое и профессиональное взаимодействие с применением современных коммуникативных технологий, в том числе на иностранном языке ИУК-4.2. Составляет и редактирует документацию с целью обеспечения академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке ИУК-4.3. Демонстрирует коммуникативную компетентность в условиях научно-исследовательской и проектной деятельности и презентации ее результатов на различных публичных мероприятиях, включая международные, в том числе на иностранном языке
УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	ИУК-5.1. Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития, и обосновывает актуальность их использования при социальном и профессиональном взаимодействии ИУК-5.2. Выстраивает социальное и профессиональное взаимодействие с учетом общих и специфических черт различных культур и религий, особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других наций и конфессий, различных социальных групп ИУК-5.3. Обеспечивает создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач, демонстрируя понимание особенностей различных культур и наций

4. **Объём дисциплины и виды учебной работы**

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

Аннотация рабочей программы дисциплины

«Стратегическое планирование маркетинговых коммуникаций»

1.Цели и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины «Стратегическое планирование маркетинговых коммуникаций» - формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков в области методологии стратегического планирования на различных уровнях маркетинговых и социальных коммуникаций, получение студентами теоретических знаний и практических навыков в технике и организации деятельности по разработке стратегических программ и планов.

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

-теоретическое изучение и апробация основ стратегического планирования, принципов разработки стратегических программ и планов, методики стратегического планирования.

-изучение стратегий маркетинговых и социальных коммуникаций и опыта их реализации в различных отраслях экономики;

-знакомство со стратегиями маркетинговых и социальных коммуникаций на среднесрочную и долгосрочную перспективы;

-формирование навыков самостоятельной разработки стратегии маркетинговых и социальных коммуникаций с учетом влияния факторов макро- и микросреды.

2.Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Стратегическое планирование маркетинговых коммуникаций» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах:

- Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности
- Теории коммуникации
- Технологии рекламы и связей с общественностью

3.Требования к результатам освоения дисциплины

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

Компетенции	Индикаторы компетенций
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИУК-2.1. Разрабатывает концепцию управления проектом на всех этапах его жизненного цикла в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель и пути достижения, задачи и способы их решения, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения ИУК-2.2. Разрабатывает план реализации проекта в соответствии с существующими условиями, необходимыми ресурсами, возможными рисками и распределением зон ответственности участников проекта ИУК-2.3. Осуществляет мониторинг реализации проекта на всех этапах его жизненного цикла, вносит необходимые изменения в план реализации проекта с учетом количественных и качественных параметров достигнутых промежуточных результатов

Компетенции	Индикаторы компетенций
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	ИУК-4.1. Устанавливает и развивает профессиональные контакты, осуществляет академическое и профессиональное взаимодействие с применением современных коммуникативных технологий, в том числе на иностранном языке ИУК-4.2. Составляет и редактирует документацию с целью обеспечения академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке ИУК-4.3. Демонстрирует коммуникативную компетентность в условиях научно-исследовательской и проектной деятельности и презентации ее результатов на различных публичных мероприятиях, включая международные, в том числе на иностранном языке
ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ИПК-3.1. Выбирает и эффективно использует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ИПК-3.2. Формулирует требования к основным документам по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ИПК-3.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачётных единицы (180 академических часов).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Методы и техники создания медиаконтента»

Цель изучения дисциплины «Методы и техники создания медиаконтента» – освоение обучающимися магистратуры теоретических знаний, практических навыков и формирование профессиональных компетенций применительно к научно – исследовательской деятельности в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины «Методы и техники создания медиаконтента»

- изучение развития медиабизнеса;
- знакомство с основными типами медийных корпораций; осмысление влияния конвергенции на медийный бизнес;
- анализ современной медиасистемы;
- знакомство с тенденциями развития медиаиндустрии;
- изучение языкового и жанрово-стилистического своеобразия информационного медиаконтента

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Методы и техники создания медиаконтента» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры.

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

Научно-исследовательская работа

«Преддипломная практика»;

«Государственная итоговая аттестация».

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 магистратуры обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Компетенции	Индикаторы компетенций
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИУК-2.1. Разрабатывает концепцию управления проектом на всех этапах его жизненного цикла в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель и пути достижения, задачи и способы их решения, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения ИУК-2.2. Разрабатывает план реализации проекта в соответствии с существующими условиями, необходимыми ресурсами, возможными рисками и распределением зон ответственности участников проекта ИУК-2.3. Осуществляет мониторинг реализации проекта на всех этапах его жизненного цикла, вносит необходимые изменения в план реализации проекта с учетом количественных и качественных параметров достигнутых промежуточных результатов

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц (288 академических часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины

«Медиапланирование и медиаизмерения в креативных индустриях»

Цель изучения дисциплины «Медиапланирование и медиаизмерения в креативных индустриях» – освоение обучающимися магистратуры теоретических знаний, практических навыков и формирование профессиональных компетенций применительно к научно – исследовательской деятельности в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины «Медиапланирование и медиаизмерения в креативных индустриях»

- изучение развития медиабизнеса;
- знакомство с основными типами медийных корпораций; осмысление влияния конвергенции на медийный бизнес;
- анализ современной медиасистемы;
- знакомство с тенденциями развития медиаиндустрии;
- изучение языкового и жанрово-стилистического своеобразия информационного медиаконтента

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Медиапланирование и медиаизмерения в креативных индустриях» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры.

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

Научно-исследовательская работа

«Преддипломная практика»;

«Государственная итоговая аттестация».

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 магистратуры обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Компетенции	Индикаторы компетенций
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИУК-2.1. Разрабатывает концепцию управления проектом на всех этапах его жизненного цикла в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель и пути достижения, задачи и способы их решения, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную	ИУК-2.2. Разрабатывает план реализации проекта в соответствии с существующими условиями, необходимыми ресурсами, возможными рисками и распределением зон ответственности участников проекта

стратегию для достижения поставленной цели	ИУК-2.3. Осуществляет мониторинг реализации проекта на всех этапах его жизненного цикла, вносит необходимые изменения в план реализации проекта с учетом количественных и качественных параметров достигнутых промежуточных результатов
	ИУК-3.1. Демонстрирует управленческую компетентность, необходимую для формирования команды и руководства ее работой на основе разработанной стратегии сотрудничества

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетные единицы (180 академических часов).

Аннотация рабочей программы дисциплины

«Лайфстайл медиа»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

Целью дисциплины «Лайфстайл медиа» является формирование у студентов базовых навыков в области журналистики охватывающей новости и мнения в сфере путешествий, моды, фитнеса, досуга, еды и искусства.

Задачи дисциплины:

- формирование знаний в области журналистики и лайфстайл контента;
- формирование навыков построения лайфстайл контента;
- развитие навыков разработки лайфстайл контента для достижения целей проектов.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Лайфстайл медиа» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик:

- Основы научных исследований в креативных индустриях;
- Теории коммуникации;
- Технологии рекламы и связей с общественностью;

3. В результате освоения дисциплины обучающийся магистратуры должен овладеть следующими результатами обучения:

Компетенции	Индикаторы компетенций
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	ИУК-4.1. Устанавливает и развивает профессиональные контакты, осуществляет академическое и профессиональное взаимодействие с применением современных коммуникативных технологий, в том числе на иностранном языке
	ИУК-4.2. Составляет и редактирует документацию с целью обеспечения академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке
	ИУК-4.3. Демонстрирует коммуникативную компетентность в условиях научно-исследовательской и проектной деятельности и презентации ее результатов на различных публичных мероприятиях, включая международные, в том числе на иностранном языке
УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	ИУК-5.1. Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития, и обосновывает актуальность их использования при социальном и профессиональном взаимодействии

Компетенции	Индикаторы компетенций
	ИУК-5.2. Выстраивает социальное и профессиональное взаимодействие с учетом общих и специфических черт различных культур и религий, особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других наций и конфессий, различных социальных групп
	ИУК-5.3. Обеспечивает создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач, демонстрируя понимание особенностей различных культур и наций
ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ИПК-3.1. Выбирает и эффективно использует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

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

Аннотация рабочей программы дисциплины

«Событийный маркетинг»

1. Цели и задачи дисциплины

Целью дисциплины «Событийный маркетинг» является формирование у магистрантов базовых знаний по продвижению бренда и его продуктов через публичные мероприятия.

Задачи дисциплины:

- сформировать знания о бизнес-инструментах различных масштабов для продвижения мероприятий;
- приобретение навыков организации всех типов мероприятий (корпоративных, деловых, специальных;
- ознакомление с методами привлечения релевантной аудитории и мотивация для совершения полезных действий.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Событийный маркетинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры.

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

Бюджетирование в креативных индустриях

Производственная практика (Преддипломная);

Государственная итоговая аттестация.

3.Требования к результатам освоения дисциплины

В результате изучения дисциплины «Событийный маркетинг» обучающиеся должны:

Компетенции	Индикаторы компетенций
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИУК-1.1. Анализирует проблемную ситуацию как систему, осуществляет её декомпозицию и определяет связи между ее составляющими
	ИУК-1.2. Определяет противоречивость и пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, а также критически оценивает релевантность используемых информационных источников
	ИУК-1.3. Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов с учетом оценки существующих рисков и возможностей их минимизации
ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной	ИПК-3.1. Выбирает и эффективно использует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
	ИПК-3.2. Формулирует требования к основным документам по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

Компетенции	Индикаторы компетенций
сферы	ИПК-3.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

4.Объём дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётных единиц (108 академических часов).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Краудфандинг»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины «Краудфандинг» - формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков в области привлечения ресурсов, заинтересованных лиц к участию в реализации проектов.

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

- изучить теоретические основы краудфандинговых инструментов;
- приобрести навыки разработки краудфандинговых специализированных платформ;
- формирование компетенций в области привлечения сторонних ресурсов для реализации социально значимых задач, культурных проектов, поддержания существования организаций.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Краудфандинг» к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах и прохождении практик:

Бюджетирование в креативных индустриях

Производственная практика (Преддипломная);

Государственная итоговая аттестация.

3.Требования к результатам освоения дисциплины

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

Компетенции	Индикаторы компетенций
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИУК-2.1. Разрабатывает концепцию управления проектом на всех этапах его жизненного цикла в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель и пути достижения, задачи и способы их решения, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения
	ИУК-2.2. Разрабатывает план реализации проекта в соответствии с существующими условиями, необходимыми ресурсами, возможными рисками и распределением зон ответственности участников проекта
	ИУК-2.3. Осуществляет мониторинг реализации проекта на всех этапах его жизненного цикла, вносит необходимые изменения в план реализации проекта с учетом количественных и качественных параметров достигнутых промежуточных результатов
ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом	ИПК-3.1. Выбирает и эффективно использует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

специфики профессиональной сферы	ИПК-3.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

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

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Государственное регулирование в креативных индустриях»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины «Государственное регулирование в креативных индустриях» – 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 «Государственное регулирование в креативных индустриях» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры.

3.Требования к результатам освоения дисциплины

В результате изучения дисциплины «Государственное регулирование в креативных индустриях» обучающиеся должны:

Компетенции	Индикаторы компетенций
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИУК-1.1. Анализирует проблемную ситуацию как систему, осуществляет её декомпозицию и определяет связи между ее составляющими
	ИУК-1.2. Определяет противоречивость и пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, а также критически оценивает релевантность используемых информационных источников
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИУК-3.1. Демонстрирует управленческую компетентность, необходимую для формирования команды и руководства ее работой на основе разработанной стратегии сотрудничества
	ИУК-3.2. Планирует, организует, мотивирует, оценивает и корректирует совместную деятельность по достижению поставленной цели с учетом интересов, особенностей поведения и мнений ее членов

Компетенции	Индикаторы компетенций
	ИУК-3.3. Применяет способы, методы и стратегии оптимизации социально-психологического климата в коллективе, предупреждения и разрешения конфликтов, технологии обучения и развития профессиональной и коммуникативной компетентности членов команды
ПК-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ИПК-1.1. Разрабатывает и эффективно применяет коммуникационные кампании, проекты и мероприятия
	ИПК-1.2. Формулирует требования коммуникационным кампаниям, проектам и мероприятиям
	ИПК-1.3. Осуществляет контроль за реализацией коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

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

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Аналитика трендов»

1.Цели и задачи дисциплины

Основной целью освоения дисциплины «Аналитика трендов» является формирование у обучающихся теоретических знаний, практических навыков и профессиональных компетенций в области систематического наблюдения и анализа тендеций, сдвигов в различных сферах и предпочтениях потребителей.

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

- формирование у магистрантов навыков отслеживания новых открытий; выступлений трендсетеров и лидеров мнений, новинок креативных индустрий;
- приобретение умений и навыков адаптации под будущие изменения на рынке и новых возможностей для инноваций.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Аналитика трендов» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры.

Дисциплина «Аналитика трендов» взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ООП:

Бюджетирование в креативных индустриях;

Краудфандинг;

Событийный маркетинг.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

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

Компетенции	Индикаторы компетенций
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИУК-1.1. Анализирует проблемную ситуацию как систему, осуществляет её декомпозицию и определяет связи между ее составляющими
	ИУК-1.2. Определяет противоречивость и пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, а также критически оценивает релевантность используемых информационных источников
	ИУК-1.3. Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов с учетом оценки существующих рисков и возможностей их минимизации
ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ИПК-3.1. Выбирает и эффективно использует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
	ИПК-3.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

4.Объём дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 академических часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Бюджетирование в креативных индустриях»

1.Цели и задачи дисциплины

Основной целью освоения дисциплины «Бюджетирование в креативных индустриях» является формирование у обучающихся теоретических знаний, практических навыков и формирование профессиональных компетенций в области управления финансами в креативных индустриях.

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

- формирование у студентов представления финансовом планировании предприятий;
- получение навыков оценки объема рынка в сфере креативных индустрий;
- получение навыков определения доходов и расходов;
- Приобретение навыков оценки рисков и получение прибыли.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Бюджетирование в креативных индустриях» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры.

Дисциплина «Бюджетирование в креативных индустриях» взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ООП:

Краудфандинг;
Событийный маркетинг;
Аналитика трендов.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

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

Компетенции	Индикаторы компетенций
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИУК-3.1. Демонстрирует управленческую компетентность, необходимую для формирования команды и руководства ее работой на основе разработанной стратегии сотрудничества
	ИУК-3.2. Планирует, организует, мотивирует, оценивает и корректирует совместную деятельность по достижению поставленной цели с учетом интересов, особенностей поведения и мнений ее членов
	ИУК-3.3. Применяет способы, методы и стратегии оптимизации социально-психологического климата в коллективе, предупреждения и разрешения конфликтов, технологии обучения и развития профессиональной и коммуникативной компетентности членов команды
ПК-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере	ИПК-1.1. Разрабатывает и эффективно применяет коммуникационные кампании, проекты и мероприятия
	ИПК-1.2. Формулирует требования коммуникационным кампаниям, проектам и мероприятиям

рекламы и связей с общественностью	ИПК-1.3. Осуществляет контроль за реализацией коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

4.Объём дисциплины и виды учебной работы

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

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Брендинг в креативных индустриях»

1.Цели и задачи дисциплины

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

К основным **задачам** освоения дисциплины «Брендинг в креативных индустриях» следует отнести:

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

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Брендинг в креативных индустриях» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры.
Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик:

- Психология массовых коммуникаций
- Теории коммуникации
- Технологии рекламы и связей с общественностью
  Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих за ней дисциплин:
- Производственная практика (Преддипломная)
- Государственная итоговая аттестация.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

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

Компетенции	Индикаторы компетенций
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИУК-2.1. Разрабатывает концепцию управления проектом на всех этапах его жизненного цикла в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель и пути достижения, задачи и способы их решения, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения
	ИУК-2.2. Разрабатывает план реализации проекта в соответствии с существующими условиями, необходимыми ресурсами, возможными рисками и распределением зон ответственности участников проекта
	ИУК-2.3. Осуществляет мониторинг реализации проекта на всех этапах его жизненного цикла, вносит необходимые изменения в план реализации проекта с учетом количественных и качественных параметров достигнутых промежуточных результатов

4.Объём дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 академических часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Стратегия SMM и таргетинга в медиасфере»

1. Цели и задачи дисциплины:

Целью дисциплины «Стратегия SMM и таргетинга в медиасфере» является формирование у студентов навыков разработки стратегии направления трафика через поисковые системы на интернет-сайт на предмет соответствия рекомендациям поисковых систем и умений решать задачи по совершенствованию страниц интернет-сайтов.

Задачи дисциплины:

- сформировать понимание алгоритмов и принципов, в соответствии с которыми поисковые системы ранжируют в поисковой выдаче интернет-страницы (SERP);
- изучить особенности работы систем аналитики медиапроектов в интернете;
- научиться планировать трафик на интернет-сайты, направлять и перенаправлять его на внутренние интернет-страницы;
- развить навыки ведения проектов в области поисковой оптимизации и взаимодействия с подрядчиками;
- освоить современные инструменты (сервисы), применяемые в сфере поисковой оптимизации для анализа интернет-проектов.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Настоящая дисциплина относится к элективным дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры.

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:

- Медиапланирование и медиаизмерения в креативных индустриях

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

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

Компетенции	Индикаторы компетенций
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	ИУК-4.1. Устанавливает и развивает профессиональные контакты, осуществляет академическое и профессиональное взаимодействие с применением современных коммуникативных технологий, в том числе на иностранном языке ИУК-4.2. Составляет и редактирует документацию с целью обеспечения академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке ИУК-4.3. Демонстрирует коммуникативную компетентность в условиях научно-исследовательской и проектной деятельности и презентации ее результатов на различных публичных мероприятиях, включая международные, в том числе на иностранном языке
УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	ИУК-6.1. Оценивает свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные), оптимально их использует для успешного выполнения порученного задания ИУК-6.2. Определяет приоритеты профессионального роста и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям ИУК-6.3. Выстраивает собственную профессиональную траекторию, используя инструменты непрерывного образования, с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности и динамично изменяющихся требований рынка труда

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачётных единиц (2116 академических часов).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Стратегия SEO-оптимизации в медиасфере»

1. Цели и задачи дисциплины:

Целью дисциплины «Стратегия SEO-оптимизации в медиасфере» является формирование у студентов навыков разработки стратегии направления трафика через поисковые системы на интернет-сайт на предмет соответствия рекомендациям поисковых систем и умений решать задачи по совершенствованию страниц интернет-сайтов.

Задачи дисциплины:

- сформировать понимание алгоритмов и принципов, в соответствии с которыми поисковые системы ранжируют в поисковой выдаче интернет-страницы (SERP);
- изучить особенности работы систем аналитики медиапроектов в интернете;
- научиться планировать трафик на интернет-сайты, направлять и перенаправлять его на внутренние интернет-страницы;
- развить навыки ведения проектов в области поисковой оптимизации и взаимодействия с подрядчиками;
- освоить современные инструменты (сервисы), применяемые в сфере поисковой оптимизации для анализа интернет-проектов.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Настоящая дисциплина относится к элективным дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры.

Настоящая дисциплина базируется на знаниях, полученных учащимися при изучении следующих дисциплин:

- Основы научных исследований в медийной сфере;
- Событийный маркетинг;
- Медиастратегии и планирование в маркетинговых и социальных коммуникациях.

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

- Стратегическое планирование маркетинговых коммуникаций;
- Государственная итоговая аттестация.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

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

Компетенции	Индикаторы компетенций
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	ИУК-4.1. Устанавливает и развивает профессиональные контакты, осуществляет академическое и профессиональное взаимодействие с применением современных коммуникативных технологий, в том числе на иностранном языке ИУК-4.2. Составляет и редактирует документацию с целью обеспечения академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке ИУК-4.3. Демонстрирует коммуникативную компетентность в условиях научно-исследовательской и проектной деятельности и презентации ее результатов на различных публичных мероприятиях, включая международные, в том числе на иностранном языке
УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	ИУК-6.1. Оценивает свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные), оптимально их использует для успешного выполнения порученного задания ИУК-6.2. Определяет приоритеты профессионального роста и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям ИУК-6.3. Выстраивает собственную профессиональную траекторию, используя инструменты непрерывного образования, с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности и динамично изменяющихся требований рынка труда

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

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

Аннотация рабочей программы
«Государственная итоговая аттестация»

В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (далее – ФГОС ВО) обучение по направлению 42.04.01 «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 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью (уровень магистратуры)», утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017 г. № 528.

Выпускная квалификационная работа магистра 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 42.04.01 «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 вида деятельности (коммуникационная, научно – исследовательская и педагогическая).

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

Компетенции	Индикаторы компетенций
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИУК-1.1. Анализирует проблемную ситуацию как систему, осуществляет её декомпозицию и определяет связи между ее составляющими
	ИУК-1.2. Определяет противоречивость и пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, а также критически оценивает релевантность используемых информационных источников
	ИУК-1.3. Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов с учетом оценки существующих рисков и возможностей их

Компетенции	Индикаторы компетенций
	минимизации
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИУК-2.1. Разрабатывает концепцию управления проектом на всех этапах его жизненного цикла в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель и пути достижения, задачи и способы их решения, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения
	ИУК-2.2. Разрабатывает план реализации проекта в соответствии с существующими условиями, необходимыми ресурсами, возможными рисками и распределением зон ответственности участников проекта
	ИУК-2.3. Осуществляет мониторинг реализации проекта на всех этапах его жизненного цикла, вносит необходимые изменения в план реализации проекта с учетом количественных и качественных параметров достигнутых промежуточных результатов
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИУК-3.1. Демонстрирует управленческую компетентность, необходимую для формирования команды и руководства ее работой на основе разработанной стратегии сотрудничества
	ИУК-3.2. Планирует, организует, мотивирует, оценивает и корректирует совместную деятельность по достижению поставленной цели с учетом интересов, особенностей поведения и мнений ее членов
	ИУК-3.3. Применяет способы, методы и стратегии оптимизации социально-психологического климата в коллективе, предупреждения и разрешения конфликтов, технологии обучения и развития профессиональной и коммуникативной компетентности членов команды
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	ИУК-4.1. Устанавливает и развивает профессиональные контакты, осуществляет академическое и профессиональное взаимодействие с применением современных коммуникативных технологий, в том числе на иностранном языке
	ИУК-4.2. Составляет и редактирует документацию с целью обеспечения академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке

Компетенции	Индикаторы компетенций
	ИУК-4.3. Демонстрирует коммуникативную компетентность в условиях научно-исследовательской и проектной деятельности и презентации ее результатов на различных публичных мероприятиях, включая международные, в том числе на иностранном языке
УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	ИУК-5.1. Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития, и обосновывает актуальность их использования при социальном и профессиональном взаимодействии
	ИУК-5.2. Выстраивает социальное и профессиональное взаимодействие с учетом общих и специфических черт различных культур и религий, особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других наций и конфессий, различных социальных групп
	ИУК-5.3. Обеспечивает создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач, демонстрируя понимание особенностей различных культур и наций
УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	ИУК-6.1. Оценивает свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные), оптимально их использует для успешного выполнения порученного задания
	ИУК-6.2. Определяет приоритеты профессионального роста и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям
	ИУК-6.3. Выстраивает собственную профессиональную траекторию, используя инструменты непрерывного образования, с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности и динамично изменяющихся требований рынка труда
ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов,	ИОПК-1.1. Умеет планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

Компетенции	Индикаторы компетенций
отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ИОПК-1.2. Анализирует и учитывает изменения норм русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-2 Способен анализировать основные 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. Применяет многообразие методов анализа при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
	ИОПК-2.3. Определяет способ освещения общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ИОПК-3.1. Применяет знания достижений отечественной и мировой культуры
	ИОПК-3.2. Понимает процесс создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
	ИОПК-3.3. Анализирует многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ИОПК-4.1. Применяет многообразие методов анализа потребностей общества и интересов аудитории
	ИОПК-4.2. Определяет цели прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
	ИОПК-4.3. Понимает взаимосвязь целей прогнозирования спроса и потребностей общества и интересов аудитории на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования,	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

Компетенции	Индикаторы компетенций
правовых и этических норм регулирования	ИОПК-5.3. Анализирует актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем с учетом различных механизмов их функционирования
ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ИОПК-6.1. Владеет инстструментами медиапленнинга и медиабаинга
	ИОПК-6.2. Применяет современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии в медиапроизводстве
ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ИОПК-7.1. Владеет инструментарием оценки и прогнозирования эффектов в медиасфере
	ИОПК-7.2. Понимает принципы социальной ответственности
	ИОПК-7.3. Определяет причинно-следственные связи эффектов в медиасфере и принципов социальной ответственности
ПК-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ИПК-1.1. Разрабатывает и эффективно применяет коммуникационные кампании, проекты и мероприятия
	ИПК-1.2. Формулирует требования коммуникационным кампаниям, проектам и мероприятиям
	ИПК-1.3. Осуществляет контроль за реализацией коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
ПК-2 Способен разрабатывать под руководством специалиста более высокой квалификации учебно-методического обеспечения реализации учебных курсов, дисциплин (модулей) или отдельных видов учебных занятий программ бакалавриата и (или) ДПП	ИПК-2.1. Разрабатывает учебные курсы, дисциплины (модули) или отдельные виды учебных занятий программ бакалавриата и (или) ДПП
	ИПК-2.2. Реализует учебные курсы, дисциплины (модули) или отдельные видов учебных занятий программ бакалавриата и (или) ДПП
ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ИПК-3.1. Выбирает и эффективно использует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
	ИПК-3.2. Формулирует требования к основным документам по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
	ИПК-3.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

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							+
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 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» выпускники обязаны использовать справочно-правовые системы для обеспечения актуальности нормативной базы проведенного исследования.

Выпускная квалификационная работа по направлению 42.04.01 «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 42.04.01 «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 42.04.01 «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
«Педагогика»

1. Цели и задачи дисциплины

К **основной цели** изучения обучающимися дисциплины «Педагогика» следует отнести содействие становлению и развитию у магистрантов базовой профессиональной педагогической компетентности на основе освоения системы знаний о сущности педагогического процесса, педагогической деятельности и ее задачах посредством совершенствования их жизненного и образовательного опыта.

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

- формирование знаний о методах и средствах самоконтроля в педагогической и учебной деятельности;
- понимание перспективных линий интеллектуального, культурного, нравственного, учебного и профессионального саморазвития и самосовершенствования;
- понимание основ развития и совершенствования личности;
- формирование знаний об особенностях организационно-управленческой деятельности педагога;
- формирование знаний о составляющих педагогической деятельности;
- формирование умения использовать педагогические знания и методы в преподавательской деятельности;
- овладение понятийным аппаратом педагогики.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина является «Педагогика» факультативной и входит в блок ФТД учебного плана образовательной программы магистратуры.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате изучения дисциплины «Педагогика» обучающиеся должны:

Компетенции	Индикаторы компетенций
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИУК-3.1. Демонстрирует управленческую компетентность, необходимую для формирования команды и руководства ее работой на основе разработанной стратегии сотрудничества
	ИУК-3.2. Планирует, организует, мотивирует, оценивает и корректирует совместную деятельность по достижению поставленной цели с учетом интересов, особенностей поведения и мнений ее членов
	ИУК-3.3. Применяет способы, методы и стратегии оптимизации социально-психологического климата в коллективе, предупреждения и разрешения конфликтов, технологии обучения и развития профессиональной и коммуникативной компетентности членов команды

Компетенции	Индикаторы компетенций
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	ИУК-4.1. Устанавливает и развивает профессиональные контакты, осуществляет академическое и профессиональное взаимодействие с применением современных коммуникативных технологий, в том числе на иностранном языке
	ИУК-4.2. Составляет и редактирует документацию с целью обеспечения академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке
	ИУК-4.3. Демонстрирует коммуникативную компетентность в условиях научно-исследовательской и проектной деятельности и презентации ее результатов на различных публичных мероприятиях, включая международные, в том числе на иностранном языке
ПК-2 Способен разрабатывать под руководством специалиста более высокой квалификации учебно-методического обеспечения реализации учебных курсов, дисциплин (модулей) или отдельных видов учебных занятий программ бакалавриата и (или) ДПП	ИПК-2.1. Разрабатывает учебные курсы, дисциплины (модули) или отдельные виды учебных занятий программ бакалавриата и (или) ДПП
	ИПК-2.2. Реализует учебные курсы, дисциплины (модули) или отдельные видов учебных занятий программ бакалавриата и (или) ДПП

4. **Объём дисциплины и виды учебной работы**

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

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Методы обработки медиаданных»

1. Цели и задачи дисциплины

Целью дисциплины является освоение обучающимися методов обработки медиаданных.

К основным задачам освоения дисциплины «Методы обработки медиаданных» студентами следует отнести:

- изучение теоретической базы и методологию обработки медиаданных;
- рассмотреть и практически применить инструментарий обработки медиаданных.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина является «Методы обработки медиаданных» факультативной и входит в блок факультативных дисциплин учебного плана образовательной программы магистратуры.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате изучения дисциплины «Методы обработки медиаданных» обучающиеся должны:

Компетенции	Индикаторы компетенций
ПК-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ИПК-1.1. Разрабатывает и эффективно применяет коммуникационные кампании, проекты и мероприятия ИПК-1.2. Формулирует требования коммуникационным кампаниям, проектам и мероприятиям ИПК-1.3. Осуществляет контроль за реализацией коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ИПК-3.1. Выбирает и эффективно использует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ИПК-3.2. Формулирует требования к основным документам по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ИПК-3.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

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