

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Серяков Владимир Дмитриевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 23.08.2022 12:34:49  
Уникальный программный ключ:  
a8a5e969b08c5e57b011bba6b38ed24f6da2f41a

**ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И КУЛЬТУРЫ**

**АННОТАЦИИ  
рабочих программ учебных дисциплин**

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

**профиль подготовки: реклама и связи с общественностью в  
коммерческой сфере**

**Квалификация (степень) выпускника – бакалавр**

**Формы обучения: очная, очно-заочная, заочная**

**Москва – 2022**

## 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины: Философия.

### 1.1. Цели освоения дисциплины:

Сформировать знания об общих принципах бытия, сущности и принципах развития человеческого общества, человека и его взаимоотношениях с окружающим его миром, проблемах теории познания и истории развития философского учения.

### 1.2. Задачи дисциплины:

Развитие у студентов интереса к фундаментальным знаниям как методологической основе оценки явлений природы и общественной жизни, стимулирование потребности к философским оценкам исторических событий и фактов, понимание идеи единства и многообразия форм историко-культурного процесса.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

| Формируемая компетенция   | Планируемые результаты обучения |  | Код результата обучения |
|---|---------------------------------|--|-------------------------|
| <b>УК-5</b><br>Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах | <b>Знать</b>                    | основные философские понятия и категории, закономерности;  | УК-5 – 31               |
|   |                                 | закономерности функционирования человека, природы и общества.  | УК-5 – 32               |
|   | <b>Уметь</b>                    | критически воспринимать, анализировать и оценивать информацию, факторы и механизмы развития природы, межкультурного разнообразия     | УК-5 – У1               |
|   |                                 | выявлять закономерности функционирования человека, природы и общества в социально-историческом и этическом контекстах.               | УК-5 – У2               |
|   | <b>Владеть</b>                  | навыками работать с различными массивами информации в профессиональной деятельности;   | УК-5 – В1               |
|   |                                 | навыками философского мышления и логики для формулировки аргументированных суждений и умозаключений в профессиональной деятельности. | УК-5 – В2               |

## 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.О.01 «Философия» является дисциплиной обязательной части Блока 1 учебного плана и изучается обучающимися первого курса в первом и втором семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.**

Дисциплина предполагает изучение 9 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы (144 часа).

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам. работа | вид контроля             |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|-------------|--------------------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |             |                          |
| 1 | Очная          | 1       | 2                  | 72      | 36   | 14     | 22           |                    | 36          | Зачет                    |
|   |                | 2       | 2                  | 72      | 36   | 14     | 22           |                    | 36          | Зачет с оценкой          |
| 2 | Очно-заочная   | 1       | 2                  | 72      | 26   | 10     | 16           |                    | 46          | Зачет                    |
|   |                | 2       | 2                  | 72      | 26   | 10     | 16           |                    | 46          | Зачет с оценкой          |
| 3 | Заочная        | 2       | 3                  | 108     | 12   | 4      | 8            |                    | 96          |                          |
|   |                | 3       | 1                  | 36      |  |        |              |                    | 32          | Зачет с оценкой (4 часа) |

**1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:**

История (история России, всеобщая история).

**1.1. Цели освоения дисциплины.**

Подготовка выпускника, обладающего широкими знаниями в области всеобщей и отечественной истории, что необходимо для формирования личности, способной к эффективному использованию универсальных компетенций в будущей профессиональной деятельности.

**1.2 Задачи дисциплины**

- сформировать у студентов научные и методологические знания об историческом процессе;

- научить студентов понимать причины и логику развития исторических процессов, что позволит им осмысленно воспринимать многообразие существующих в современном мире мировоззренческих, социокультурных, этнонациональных, конфессиональных систем;

- заложить понимание собственной идентичности, рассматривая ее как элемент исторически сложившегося гражданского, этнокультурного, конфессионального сообщества;

- способствовать приобщению студентов к ценностям национальной и мировой культуры, усилению мотивации к социальному познанию и творчеству, воспитанию гражданственности, демократизма, толерантности;

- помочь студентам выработать собственную позицию по отношению к различным явлениям общественной жизни прошлого и настоящего, развивать Способен ориентироваться в происходящих политических, социальных и экономических процессах.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

| Формируемая компетенция   | Планируемые результаты обучения |  | Код результата обучения |
|---|---------------------------------|--|-------------------------|
| УК-5<br>Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах. | Знать                           | место и роль России в мировой истории и в современном мире;  | УК-5 – 31               |
|   |                                 | основные исторические события и процессы   | УК-5 – 32               |
|   | Уметь                           | ориентироваться в мировом историческом процессе;   | УК-5 – У1               |
|   |                                 | критически воспринимать, анализировать и оценивать историческую информацию, факторы и механизмы исторических изменений   | УК-5 – У2               |
|   | Владеть                         | навыками всесторонней и объективной оценки исторических событий и процессов;   | УК-5 – В1               |
|   |                                 | навыками формулирования своих мировоззренческих взглядов и принципов, соотнесения их с исторически возникшими мировоззренческими системами, идеологическими теориями | УК-5 – В2               |

## 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.О.02 История (история России, всеобщая история) является дисциплиной обязательной части Блока 1 учебного плана, изучается студентами первого курса в первом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

## 4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.

Дисциплина предполагает изучение 2 разделов и 8 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётные единицы (108 часов).

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам. работа | вид контроля             |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|-------------|--------------------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |             |                          |
| 1 | Очная          | 1       | 3                  | 108     | 54   | 24     | 30           |                    | 54          | Зачет с оценкой          |
| 2 | Очно-заочная   | 1       | 3                  | 108     | 36   | 16     | 20           |                    | 72          | Зачет с оценкой          |
| 3 | Заочная        | 1       | 3                  | 108     | 12   | 2      | 10           |                    | 96          | Зачет с оценкой (4 часа) |

## 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Иностранный язык.

### 1.2. Цели освоения дисциплины:

Является практическое формирование языковой компетенции выпускников, т.е. обеспечение уровня знаний и умений, который позволит пользоваться иностранным языком в различных областях профессиональной деятельности, научной и практической работе, в общении с зарубежными партнерами, для самообразовательных и других целей. Наряду с практической целью, курс реализует образовательные и воспитательные цели, способствуя расширению кругозора студентов, повышению их общей культуры и образования, а также культуры мышления и повседневного и профессионального общения, воспитанию терпимости и уважения к духовным ценностям народов других стран.

### 1.3. Задачи дисциплины:

Развитие и закрепление иноязычные речевые умения устного и письменного общения, такие как чтение и перевод оригинальной литературы разных функциональных стилей и жанров, умение принимать участие в беседе профессионального характера, выражать обширный реестр коммуникативных намерений, владеть основными видами монологического высказывания, соблюдая правила речевого этикета, владеть основными видами делового письма.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

| Формируемая компетенция  | Планируемые результаты обучения |   | Код результата обучения |
|--|---------------------------------|---|-------------------------|
| <b>УК-4</b><br>Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | <b>Знать</b>                    | общую, деловую и профессиональную лексику иностранного языка в объеме, необходимом для общения, чтения и перевода (со словарем) иноязычных текстов профессиональной направленности; | УК-4 – 31               |
|  |                                 | основные грамматические структуры литературного и разговорного языка.   | УК-4 – 32               |
|  | <b>Уметь</b>                    | воспринимать, анализировать, передавать и обобщать информацию в устной форме на русском и иностранном языках для решения задач  | УК-4 – У1               |

|  |                |  |           |
|--|----------------|--|-----------|
|  |                | межличностного и межкультурного взаимодействия в профессиональной деятельности;  | УК-4 – У2 |
|  |                | составлять деловые письма применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетентности.  |           |
|  | <b>Владеть</b> | навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном, деловом и профессиональном общении на иностранном языке;<br>навыками речевой деятельности (чтение, письмо, говорение, аудирование) на иностранном языке. | УК-4 – В1 |
|  |                |  | УК-4 – В2 |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.О.03 «Иностранный язык» является дисциплиной обязательной части Блока 1 учебного плана и изучается обучающимися первого курса в первом и втором семестрах очной формы обучения (полный срок обучения).

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.**

Дисциплина предполагает изучение 16 тем.

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

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам. работа | Вид контроля |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|-------------|--------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | Всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |             |              |
| 1 | Очная          | 1       | 3                  | 108     | 54   |        | 54           |                    | 54          | зачет        |
|   |                | 2       | 3                  | 108     | 54   |        | 54           |                    | 27          | экзамен      |
| 2 | Очно-заочная   | 1       | 3                  | 108     | 40   |        | 40           |                    | 68          | зачет        |
|   |                | 2       | 3                  | 108     | 40   |        | 40           |                    | 41          | экзамен      |
| 3 | Заочная        | 1       | 2                  | 72      | 8  |        | 8            |                    | 64          |              |
|   |                | 2       | 3                  | 108     | 16   |        | 16           |                    | 92          | зачет        |
|   |                | 3       | 1                  | 36      | 9  |        |              |                    | 27          | экзамен      |

### 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Русский язык и культура речи.

#### 1.1. Цели освоения дисциплины:

Является практическое формирование языковой компетенции выпускников, т.е. обеспечение уровня знаний и умений, который позволит использовать речевую деятельность языковыми средствами и способами, адекватными ситуациям общения. Наряду с практической целью, курс реализует образовательные и воспитательные цели, способствуя расширению кругозора студентов, повышению их общей культуры и образования, а также культуры мышления и повседневного и профессионального общения.

#### 1.2. Задачи дисциплины:

Сформировать представления о коммуникативных качествах речи и профессиональных требованиях, предъявляемых к речи специалиста, умение принимать участие в беседе профессионального характера, выражать обширный реестр коммуникативных намерений, владеть основными видами монологического высказывания, соблюдая правила речевого этикета, владеть основными видами делового письма.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

**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.

| Формируемая компетенция   | Планируемые результаты обучения |  | Код результата обучения |
|---|---------------------------------|--|-------------------------|
| <b>УК-4</b><br>Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)  | <b>Знать</b>                    | основы владения правилами и нормами современного русского литературного языка и культуры речи  | УК-4 – 31               |
|   |                                 | правила подготовки к публичному выступлению (выбор темы, цель речи, поиск материала, начало, развертывание и завершение речи)  | УК-4 – 32               |
|   | <b>Уметь</b>                    | строить устную и письменную речь, опираясь на законы логики, аргументированно и ясно излагать собственное  | УК-4 – У1               |
|   |                                 | самостоятельно работать с текстами деловых бумаг   | УК-4 – У2               |
|   | <b>Владеть</b>                  | нормами устной и письменной литературной речи  | УК-4 – В1               |
|   |                                 | навыками публичного выступления с четко выстроенной системой аргументации  | УК-4 – В2               |
| <b>ОПК-1</b><br>Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | <b>Знать</b>                    | виды медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;   | ОПК-1 – 31              |
|   |                                 | нормы русского и иностранного языков   | ОПК-1 – 32              |
|   | <b>Уметь</b>                    | создавать медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков;   | ОПК-1 – У1              |
|   |                                 | анализировать востребованные обществом особенности знаковых систем;  | ОПК-1 – У2              |
|   | <b>Владеть</b>                  | методами создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем | ОПК-1 – В1              |
|   |                                 | Способностью устно и письменно представлять результаты своей деятельности на иностранном(ых) языке(ах) в виде текстов для СМИ, поддерживать  | ОПК-1 – В2              |

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  | разговор в ходе совместного обсуждения актуальных тем. |  |
|--|--|--|--|

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.О.04 «Русский язык и культура речи» является дисциплиной обязательной части Блока 1 учебного плана и изучается обучающимися первого курса в первом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

### 4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.

Дисциплина предполагает изучение 7 тем.

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

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам. работа | вид контроля             |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|-------------|--------------------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |             |                          |
| 1 | Очная          | 1       | 3                  | 108     | 54   | 14     | 40           |                    | 54          | Зачет с оценкой          |
| 2 | Очно-заочная   | 1       | 3                  | 108     | 38   | 8      | 30           |                    | 70          | Зачет с оценкой          |
| 3 | Заочная        | 1       | 3                  | 108     | 8  | 2      | 6            |                    | 96          | Зачет с оценкой (4 часа) |

### 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Социология.

#### 1.1. Цели освоения дисциплины:

Приобретение обучающимся системных социологических знаний в объеме, необходимом для его ориентации в современном мире, привитие умений и навыков самостоятельного применения основных положений рекомендаций и выводов социологической науки в профессиональной деятельности.

#### 1.2. Задачи дисциплины:

Дать студентам представление о понятийно-категориальном аппарате и методологии социологической науки; формирование у студентов основы социологических знаний, уяснение закономерностей становления, функционирования и развития общества как целостной системы, а также отдельных социальных подсистем; научить их выделять теоретические и прикладные, аксиологические и инструментальные компоненты социологического знания.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование



информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

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

**ОПК-2** Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.

| Формируемая компетенция   | Планируемые результаты обучения |   | Код результата обучения |
|---|---------------------------------|---|-------------------------|
| <b>УК-1</b><br>способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач   | <b>Знать</b>                    | основные категории социологии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации;  | УК-1 – 31               |
|   |                                 | принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач.  | УК-1 – 32               |
|   | <b>Уметь</b>                    | использовать различные социологические методы для анализа тенденций развития современного общества при принятии решений в профессиональной деятельности;                            | УК-1 – У1               |
|   |                                 | применять прикладные методы исследовательской деятельности  | УК-1 – У2               |
|   | <b>Владеть</b>                  | навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками;   | УК-1 – В1               |
|   |                                 | методами принятия решений на основе социологического анализа различных типов информации   | УК-1 – В2               |
| <b>УК-3</b><br>способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.   | <b>Знать</b>                    | социальные феномены, категории, методы изучения и описания социальных явлений   | УК-3 – 31               |
|   |                                 | основные механизмы социального взаимодействия   | УК-3 – 32               |
|   | <b>Уметь</b>                    | разрабатывать рекомендации по обеспечению социального взаимодействия сотрудников, снижению конфликтности, решению управленческих задач  | УК-3 – У1               |
|   |                                 | применять знания социологии в профессиональной деятельности   | УК-3 – У2               |
|   | <b>Владеть</b>                  | методами организации социального взаимодействия в рекламной деятельности, создания благоприятных условий труда  | УК-3 – В1               |
|   |                                 | базовыми знаниями и методами социологической науки;   | УК-3 – В2               |
| <b>ОПК-2</b><br>способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) | <b>Знать</b>                    | тенденции развития общественных и государственных институтов, способствующих развитию коммуникации, рекламы и связей с общественностью;   | ОПК-2 – 31              |
|   |                                 | способы освещения в создаваемых медиатекстах тенденций развития общественных и государственных институтов способствующих развитию коммуникации, рекламы и связей с общественностью; | ОПК-2 -32               |

|                            |                |   |            |
|----------------------------|----------------|---|------------|
| коммуникационных продуктах | <b>Уметь</b>   | выявлять тенденции развития общественных и государственных институтов способствующих развитию коммуникации, рекламы и связей с общественностью;                                       | ОПК-2 – У1 |
|                            |                | учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов, способствующих развитию коммуникации, рекламы и связей с общественностью;                                     | ОПК-2 – У2 |
|                            | <b>Владеть</b> | методами выявления тенденций развития общественных и государственных институтов, способствующих развитию коммуникации, рекламы и связей с общественностью;                            | ОПК-2 – В1 |
|                            |                | способами освещения в создаваемых медиатекстах тенденций развития общественных и государственных институтов способствующих развитию коммуникации, рекламы и связей с общественностью; | ОПК-2 – В2 |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.О.05 «Социология» является дисциплиной обязательной части Блока 1 учебного плана и изучается обучающимися первого курса в первом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.**

Дисциплина предполагает изучение 12 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётные единицы (108 часов)

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам. работа | вид контроля    |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|-------------|-----------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |             |                 |
| 1 | Очная          | 1       | 3                  | 108     | 54   | 24     | 30           |                    | 54          | Зачет с оценкой |
| 3 | Очно-заочная   | 1       | 3                  | 108     | 38   | 16     | 22           |                    | 70          | Зачет с оценкой |
| 2 | Заочная        | 1       | 2                  | 72      | 8  | 2      | 6            |                    | 64          |                 |
|   |                | 2       | 1                  | 36      | 4  |        |              |                    | 32          | Зачет с оценкой |

### 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Интернет-ресурсы.

#### 1.1. Цели освоения дисциплины:

Создание у студентов максимально полной и целостной картины функционирования сети Интернет, ее сервисов, интернет ресурсов в профессиональной сфере, и получение студентами практических навыков работы с ними.

#### 1.2. Задачи дисциплины:

Ознакомление студентов с историей возникновения и становления Интернета в России и во всем мире, ролью интернет-ресурсов в предметных областях, знакомство студентов с принципами работы, основными интернет сервисами, многообразием

ресурсов сети Интернет, информационно-поисковыми системами, изучение программного обеспечения Интернета (браузеров, различных он-лайн сервисов).

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

| Формируемая компетенция  | Планируемые результаты обучения |   | Код результата обучения |
|--|---------------------------------|---|-------------------------|
| <b>ОПК-6</b><br>Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности. | <b>Знать</b>                    | технологические новации, используемые для организации процессов услуг в сфере рекламы;                          | ОПК-6 – 31              |
|  |                                 | современное программное обеспечение и интернет ресурсы необходимые для организации работы в сфере рекламы;      | ОПК-6 – 32              |
|  | <b>Уметь</b>                    | применять технологические новации для организации процессов услуг в сфере рекламы;                              | ОПК-6 – У1              |
|  |                                 | использовать современное программное обеспечение и интернет ресурсы в сфере рекламы;                            | ОПК-6 – У2              |
|  | <b>Владеть</b>                  | методами организации процессов услуг в сфере рекламы с применением технологических новации и интернет-ресурсов; | ОПК-6 – В1              |
|  |                                 | методикой внедрения современного программного обеспечения и интернет-ресурсов в сфере рекламы;                  | ОПК-6 – В2              |

## 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.0.06. «Интернет-ресурсы» является дисциплиной обязательной части Блока 1 учебного плана и изучается обучающимися первого курса в первом и втором семестрах очной формы обучения (полный срок обучения).

## 4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.

Дисциплина предполагает изучение 6 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы (144 часа).

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам. работа | вид контроля             |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|-------------|--------------------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |             |                          |
| 1 | Очная          | 1       | 2                  | 72      | 36   |        | 36           |                    | 36          |                          |
|   |                | 2       | 2                  | 72      | 36   |        | 36           |                    | 36          | Зачет с оценкой          |
| 2 | Очно-заочная   | 1       | 2                  | 72      | 26   |        | 26           |                    | 46          | Зачет                    |
|   |                | 2       | 2                  | 72      | 24   |        | 24           |                    | 48          | Зачет с оценкой          |
| 3 | Заочная        | 1       | 4                  | 144     | 10   |        | 10           |                    | 130         | Зачет с оценкой (4 часа) |

## 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Безопасность жизнедеятельности.

### 1.1. Цели освоения дисциплины:

Изучения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» является формирование у студентов системы взглядов в области безопасности жизнедеятельности при подготовке к профессиональной деятельности и в период вступления в самостоятельную жизнь.

### 1.2. Задачи дисциплины:

- дать знания о типологии и содержании основных областей угроз для безопасности жизнедеятельности,
- развивать умения минимизировать отрицательные последствия угроз безопасности жизнедеятельности,
- способствовать развитию навыков познавательной и практической деятельности, направленной на профилактику и преодоление последствий угроз безопасности жизнедеятельности.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

**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.

| Формируемая компетенция   | Планируемые результаты обучения |   | Код результата обучения |
|---|---------------------------------|---|-------------------------|
|   |                                 |   |                         |
| <b>УК-8</b><br>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 | <b>Знать</b>                    | основные понятия и определения, используемыми в сфере безопасности рекламы и связей с общественностью; основные виды опасностей и рисков, возникающих в рекламе и связях с общественностью; | УК-8 – 31               |
|   |                                 | правовую базу и нормативные документы по регулированию безопасности в рекламе и связях с общественностью;   | УК-8 – 32               |
|   | <b>Уметь</b>                    | обеспечить безопасность при предоставлении услуг в рекламе и связях с общественностью;  | УК-8 – У1               |
|   |                                 | создавать комфортное (нормативное) состояние в рекламе и связях с общественностью;  | УК-8 – У2               |
|   | <b>Владеть</b>                  | законодательными и правовыми актами в области безопасности в рекламе и связях с общественностью; требованиями к безопасности технических регламентов в сфере профессиональной деятельности; | УК-8 – В1               |
|   |                                 | понятийно-терминологическим аппаратом в области безопасности в рекламе и связях с общественностью;;   | УК-8 – В2               |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.О.07 «Безопасность жизнедеятельности» является дисциплиной обязательной части Блока 1 учебного плана, и изучается обучающимися первого курса во 2 семестре очной формы обучения.

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.**

Дисциплина предполагает изучение 10 тем.

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

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам. работа | вид контроля             |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|-------------|--------------------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |             |                          |
| 1 | Очная          | 2       | 3                  | 108     | 54   | 20     | 34           |                    | 54          | зачет с оценкой          |
| 2 | Очно-заочная   | 2       | 3                  | 108     | 34   | 12     | 22           |                    | 74          | зачет с оценкой          |
| 3 | Заочная        | 1       | 2                  | 72      | 8  | 2      | 6            |                    | 64          |                          |
|   |                | 2       | 1                  | 36      |  |        |              |                    | 32          | зачет с оценкой (4 часа) |

### 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Психология.

#### 1.1. Цели освоения дисциплины:

Целью освоения дисциплины «Психология» является овладение студентами базовыми знаниями и умениями в области психологии рекламы, необходимыми для

успешной реализации профессиональной деятельности: успешного применения основных методов исследования потребительских интересов; приобретение навыков работы с основными психологиями рекламных средств.

### 1.2. Задачи дисциплины:

Дать студентам представление о понятийно-категориальном аппарате и методологии психологии как науки; ознакомить студентов с основными проблемами психологии рекламы, рассмотреть виды рекламных средств, их особенности, элементы, научить студентов психологическим приемам и техникам в рекламе и с пользой владеть ими.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

**ОПК-2** Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

| Формируемая компетенция   | Планируемые результаты обучения                               |   | Код результата обучения |
|---|---|---|-------------------------|
| <b>ОПК- 2</b><br>Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах | <b>Знать</b>  | предмет, объект, задачи и методы психологии. когнитивные, поведенческие и эмоциональные аспекты рекламного воздействия; структуру потребностей и мотивы с позиции рекламного дела, установки и стереотипы в рекламной практике; | ОПК-2 – 31              |
|   |   | теорию и методику психотехнического анализа рекламы; психотехнологии рекламных средств без обратной связи и с обратной связью; психотехнологии рекламного текста без обратной связи; суггестивные психотехнологии в рекламе;    | ОПК-2 – 32              |
|   | <b>Уметь</b>  | выявлять возможные стереотипы потенциальных покупателей, корректировать стереотипы с помощью рекламного воздействия; проводить «мозговой штурм»; формировать покупательское поведение под влиянием рекламной кампании           | ОПК-2 – У1              |
|   |   | формировать образ товара; использовать в исследовании потребительских интересов метод фокус-групп.  | ОПК-2 – У2              |
| <b>Владеть</b>  | навыками по организации и планированию рекламной деятельности | ОПК-2 – В1  |                         |

|  |  |   |            |
|--|--|---|------------|
|  |  | методами анализа рекламных продуктов;<br>методами и приемами психологии рекламы | ОПК-2 – В2 |
|--|--|---|------------|

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.О.08 «Психология» является дисциплиной обязательной части Блока 1 учебного плана, изучается студентами первого курса во втором семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

### 4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.

Дисциплина предполагает изучение 6 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часов).

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам. работа | вид контроля    |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|-------------|-----------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |             |                 |
| 1 | Очная          | 2       | 2                  | 72      | 36   | 16     | 20           |                    | 36          | зачет с оценкой |
| 2 | Очно-заочная   | 3       | 2                  | 72      | 28   | 12     | 16           |                    | 44          | зачет с оценкой |
| 3 | Заочная        | 2       | 1                  | 36      | 6  | 2      | 4            |                    | 30          |                 |
|   |                | 3       | 1                  | 36      | 4  |        |              |                    | 32          | зачет с оценкой |

## 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Политология.

### 1.1. Цели освоения дисциплины:

Приобретение обучающимся системных политологических знаний в объеме, необходимом для его ориентации в современной социально-политической жизни, привитие умений и навыков самостоятельного применения основных положений и выводов политической науки в общественной жизни и должностной деятельности.

### 1.2. Задачи дисциплины:

- дать студентам представление о понятийно-категориальном аппарате и методологии политической науки;
- научить их выделять теоретические и прикладные, аксиологические и инструментальные компоненты политического знания; а также институциональные аспекты политики, рациональное и иррациональное в ней;
- показать сущность власти и технологии политического управления, особенности политических отношений и процессов, охарактеризовать субъекты политики;
- дать студентам представление об основных разновидностях современных политических систем и режимов;
- помочь им овладеть кругом проблем, относящихся к человеческому измерению политики, специфике политической социализации личности;
- представить студентам современный политический мир в международном масштабе и те глобальные процессы, которые в нем происходят;
- выявить место и роль России в мировом сообществе, специфику завершающегося переходного периода в ее развитии.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

**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-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.

| Формируемая компетенция  | Планируемые результаты обучения |   | Код результата обучения |
|--|---------------------------------|---|-------------------------|
| <b>ОПК-2</b><br>Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах | <b>Знать</b>                    | тенденции развития общественных и государственных институтов, способствующих развитию коммуникации, рекламы и связей с общественностью;           | ОПК-2 – 31              |
|  |                                 | роль государства в политической системе, связь правового государства и гражданского общества  | ОПК-2 –32               |
|  | <b>Уметь</b>                    | выявлять тенденции развития общественных и государственных институтов способствующих развитию коммуникации, рекламы и связей с общественностью;   | ОПК-2 –У1               |
|  |                                 | учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов, способствующих развитию коммуникации, рекламы и связей с общественностью; | ОПК-2 –У2               |
|  | <b>Владеть</b>                  | конкретными политологическими, историко-правовыми сведениями, знаниями, помогающими быть компетентными в этой сфере общественной жизни;           | ОПК-2 – В1              |
|  |                                 | элементарными методами проведения политологических исследований;  | ОПК-2–В2                |
| <b>ОПК-5</b><br>Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и   | <b>Знать</b>                    | тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, влияющих на развитие коммуникаций, рекламы и связей с общественностью;    | ОПК-5 – 31              |
|  |                                 | политические и экономические механизмы функционирования, правовые и этические нормы регулирования региона, страны и мира, влияющие на             | ОПК-5 – 32              |



|  |                |  |            |
|--|----------------|--|------------|
| мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования |                | развитие коммуникаций, рекламы и связей с общественностью;   |            |
|  | <b>Уметь</b>   | выявлять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования, их влияние на развитие коммуникаций, рекламы и связей с общественностью;  | ОПК-5– У1  |
|  |                | сравнивать различные политические системы и режимы, выявлять особые цели и интересы политических и социальных групп, групп лоббирования, политических партий и движений; анализировать (используя средства массовой информации) внутренние и международные политические события, прогнозировать их в русле российских интересов. | ОПК-5– У2  |
|  | <b>Владеть</b> | определенной системой эмпирических и теоретических представлений об основных проблемах политики как реального общественного явления, а также об историческом развитии политической мысли и о современных подходах к решению разного рода политических вопросов;  | ОПК-5 – В1 |
| приемами краткосрочного и среднесрочного политического прогнозирования   |                | ОПК-5 – В2   |            |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.О.09 Политология является дисциплиной обязательной части Блока 1 учебного плана, изучается студентами первого курса во втором семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.**

Дисциплина предполагает изучение 10 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётные единицы (108 часов).

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам. работа | вид контроля    |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|-------------|-----------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |             |                 |
| 1 | Очная          | 2       | 3                  | 108     | 54   | 24     | 30           |                    | 54          | Зачет с оценкой |
| 2 | Очно-заочная   | 3       | 3                  | 108     | 38   | 16     | 22           |                    | 70          | Зачет с оценкой |
| 3 | Заочная        | 3       | 2                  | 72      | 8  | 2      | 6            |                    | 64          |                 |
|   |                | 4       | 1                  | 36      | 4  |        |              |                    | 32          | Зачет с оценкой |

### 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Физическая культура и спорт.

#### 1.1. Цели освоения дисциплины:

- достижение необходимого уровня знаний и методических навыков для формирования физической культуры личности, т.е. потребности и способности самостоятельно, методически обоснованно и целенаправленно использовать средства

физической культуры для обеспечения профессиональной надежности, что позволит выпускнику успешно работать в избранной сфере деятельности;

- обеспечение обучающимся возможностей систематически заниматься физической культурой и спортом и вести здоровый образ жизни;
- повышение уровня физической подготовленности обучающихся;
- укрепление здоровья.

### 1.2. Задачи дисциплины:

- овладение знаниями и методикой развития основных двигательных качеств и способностей (силы, быстроты, выносливости, гибкости, координационных способностей) до уровня, обеспечивающего безопасность здоровья;
- улучшение физического развития, повышение адаптационных резервов и устойчивости организма к неблагоприятным факторам внешней среды;
- овладение практическими навыками самоконтроля за состоянием физической подготовленности в процессе учебных и самостоятельных занятий;
- привитие навыков здорового образа жизни;
- привитие навыков личной и общественной гигиены на занятиях физическими упражнениями и спортом.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

| Формируемая компетенция   | Планируемые результаты обучения |  | Код результата обучения |
|---|---------------------------------|--|-------------------------|
| <b>УК-7</b><br>Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности | <b>Знать</b>                    | значение физической культуры в формировании общей культуры личности приобщении к общечеловеческим ценностям и здоровому образу жизни, укреплении здоровья человека, профилактике вредных привычек, ведении здорового образа жизни средствами физической культуры в процессе физкультурно-спортивных занятий; | УК-7 – 31               |
|   |                                 | научные основы биологии, физиологии, теории и методики педагогики и практики физической культуры и здорового образа жизни; содержание и направленность различных систем  | УК-7 – 32               |

|  |                |  |           |
|--|----------------|--|-----------|
|  |                | физических упражнений, их оздоровительную и развивающую эффективность.   |           |
|  | <b>Уметь</b>   | учитывать индивидуальные особенности физического, гендерного возрастного и психического развития занимающихся и применять их во время регулярных занятий физическими упражнениями;   | УК-7 – У1 |
|  |                | проводить самостоятельные занятия физическими упражнениями с общей развивающей, профессионально-прикладной и оздоровительно-корректирующей направленностью; составлять индивидуальные комплексы физических упражнений с различной направленностью. | УК-7 – У2 |
|  | <b>Владеть</b> | комплексом упражнений, направленных на укрепление здоровья, обучение двигательным действиям и развитие физических качеств; способами определения дозировки физической нагрузки и направленности физических упражнений;                             | УК-7 – В1 |
|  |                | приемами страховки и способами оказания первой помощи во время занятий физическими упражнениями.   | УК-7 – В2 |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.О.10 «Физическая культура и спорт» является дисциплиной обязательной части Блока 1 учебного плана и изучается обучающимися первого курса в первом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.**

Дисциплина предполагает изучение 9 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачётных единиц (72 часа)

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам. работа | вид контроля    |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|-------------|-----------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |             |                 |
| 1 | Очная          | 1       | 2                  | 72      | 36   | 18     | 18           |                    | 36          | Зачет с оценкой |
| 2 | Очно-заочная   | 1       | 2                  | 72      | 24   | 12     | 12           |                    | 48          | Зачет с оценкой |
| 3 | Заочная        | 1       | 2                  | 72      | 8  | 2      | 6            |                    | 64          | Зачет с оценкой |

### 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Элективные дисциплины по физической культуре и спорту.

#### 1.1. Цели освоения дисциплины:

- достижение необходимого уровня знаний и методических навыков для формирования физической культуры личности, т.е. потребности и способности самостоятельно, методически обоснованно и целенаправленно использовать средства физической культуры для обеспечения профессиональной надежности, что позволит выпускнику успешно работать в избранной сфере деятельности;

- обеспечение обучающимся возможностей систематически заниматься физической культурой и спортом и вести здоровый образ жизни;
- повышение уровня физической подготовленности обучающихся;
- укрепление здоровья.

### 1.2. Задачи дисциплины:

- овладение знаниями и методикой развития основных двигательных качеств и способностей (силы, быстроты, выносливости, гибкости, координационных способностей) до уровня, обеспечивающего безопасность здоровья;
- улучшение физического развития, повышение адаптационных резервов и устойчивости организма к неблагоприятным факторам внешней среды;
- овладение практическими навыками самоконтроля за состоянием физической подготовленности в процессе учебных и самостоятельных занятий;
- привитие навыков здорового образа жизни;
- привитие навыков личной и общественной гигиены на занятиях физическими упражнениями и спортом.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

| Формируемая компетенция  | Планируемые результаты обучения |  | Код результата обучения |
|--|---------------------------------|--|-------------------------|
| УК-7<br>Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности | Знать                           | значение физической культуры в формировании общей культуры личности приобщении к общечеловеческим ценностям и здоровому образу жизни, укреплении здоровья человека, профилактике вредных привычек, ведении здорового образа жизни средствами физической культуры в процессе физкультурно-спортивных занятий; | УК-7 – 31               |
|  |                                 | научные основы биологии, физиологии, теории и методики педагогики и практики физической культуры и здорового образа жизни; содержание и направленность различных систем физических упражнений, их оздоровительную и развивающую эффективность.   | УК-7 – 32               |
|  | Уметь                           | учитывать индивидуальные особенности физического, гендерного возрастного и   | УК-7 – У1               |

|  |                |   |           |
|--|----------------|---|-----------|
|  | <b>Владеть</b> | психического развития занимающихся и применять их во время регулярных занятий физическими упражнениями;   |           |
|  |                | проводить самостоятельные занятия физическими упражнениями с общей развивающей, профессионально-прикладной и оздоровительно-корректирующей направленностью;<br>составлять индивидуальные комплексы физических упражнений с различной направленностью. | УК-7 – У2 |
|  |                | комплексом упражнений, направленных на укрепление здоровья, обучение двигательным действиям и развитие физических качеств;<br>способами определения дозировки физической нагрузки и направленности физических упражнений;                             | УК-7 – В1 |
|  |                | приемами страховки и способами оказания первой помощи во время занятий физическими упражнениями.  | УК-7 – В2 |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.О.11 «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» является дисциплиной обязательной части Блока 1 учебного плана, изучается студентами с первого по четвертые курсы курса в первом, втором, третьем, четвертом, пятом, шестом, седьмом семестрах очной формы обучения (полный срок обучения).

### 4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.

Дисциплина предполагает изучение 4 разделов.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 328 часов.

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              | сам. работа | вид контроля    |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|-------------|-----------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ |             |                 |
| 1 | Очная          | 1       |                    | 68      | 68   |        | 68           |             | Зачет           |
|   |                | 2       |                    | 40      | 40   |        | 40           |             | Зачет с оценкой |
|   |                | 3       |                    | 68      | 68   |        | 68           |             | Зачет           |
|   |                | 4       |                    | 40      | 40   |        | 40           |             | Зачет с оценкой |
|   |                | 5       |                    | 40      | 40   |        | 40           |             | Зачет           |
|   |                | 6       |                    | 36      | 36   |        | 36           |             | Зачет с оценкой |
|   |                | 7       |                    | 36      | 36   |        | 36           |             | Зачет с оценкой |
| 2 | Очно-заочная   | 1       |                    | 44      | 10   |        | 10           | 34          | Зачет           |
|   |                | 2       |                    | 40      | 10   |        | 10           | 30          | Зачет с оценкой |
|   |                | 3       |                    | 44      | 10   |        | 10           | 34          | Зачет           |
|   |                | 4       |                    | 40      | 10   |        | 10           | 30          | Зачет с оценкой |
|   |                | 5       |                    | 40      | 10   |        | 10           | 30          | Зачет           |
|   |                | 6       |                    | 40      | 10   |        | 10           | 30          | Зачет с оценкой |

|   |         |   |  |     |    |  |    |  |     |                 |
|---|---------|---|--|-----|----|--|----|--|-----|-----------------|
|   |         | 7 |  | 40  | 10 |  | 10 |  | 30  | Зачет           |
|   |         | 8 |  | 40  | 10 |  | 10 |  | 30  | Зачет с оценкой |
| 3 | Заочная | 2 |  | 292 | 4  |  | 4  |  | 288 |                 |
|   |         | 3 |  | 36  | 4  |  |    |  | 32  | Зачет с оценкой |

## 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

История отечественной и зарубежной культуры.

### 1.1. Цели освоения дисциплины:

Изучения дисциплины «История отечественной и зарубежной культуры» является ознакомление с мировым культурным наследием, выявление основных особенностей развития мировой культуры и искусства и приобретение навыков искусствоведческого анализа, необходимых для практической работы.

### 1.2. Задачи дисциплины:

Освоение отечественной и иностранной историографии, посвященной истории мировой культуры и искусства, изучение этапов развития мировой культуры и искусства, ориентирование в общих, а также локальных типах культуры, развитие практических навыков использования отечественного и зарубежного опыта профессиональной деятельности исходя из многообразия культур, формирование у студентов позитивного отношения к необходимости сохранения памятников культуры и к их изучению.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

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

| Формируемая компетенция       | Планируемые результаты обучения |   | Код результата обучения |
|-------------------------------|---------------------------------|---|-------------------------|
| УК-5<br>Способен воспринимать | Знать                           | основные философские понятия и категории, закономерности; | УК-5 – 31               |

|  |                |   |            |
|--|----------------|---|------------|
| межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах   |                | закономерности функционирования человека, природы и общества.   | УК-5 – 32  |
|  | <b>Уметь</b>   | критически воспринимать, анализировать и оценивать информацию, факторы и механизмы развития природы, межкультурного разнообразия на предприятиях индустрии моды и красоты;  | УК-5 – У1  |
|  |                | выявлять закономерности функционирования человека, природы и общества в социально-историческом и этическом контекстах.  | УК-5 – У2  |
|  | <b>Владеть</b> | навыками работать с различными массивами информации в профессиональной деятельности;  | УК-5 – В1  |
| навыками философского мышления и логики для формулировки аргументированных суждений и умозаключений в профессиональной деятельности.   |                | УК-5 – В2   |            |
| <b>ОПК-3</b><br>Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов | <b>Знать</b>   | понятие «культура», сущность, функции и типологию культуры;<br>основные культурологические школы, представители культурологической мысли, в том числе отечественной, основное содержание их концепций основные виды искусства, его современную классификацию, художественные эпохи, направления, течения и стили;   | ОПК-3 – 31 |
|  |                | значение сохранения самобытности русской культуры и необходимость для современной цивилизации тесного взаимодействия культур Запада, Востока, России;<br>значение культуры для развития, сохранения человеческого общества и каждой личности;<br>место и роль России в существующем диалоге культур, основные этапы и особенности развития русской культуры, основные тенденции, закономерности и проблемы развития культуры XX века. | ОПК-3 – 32 |
|  | <b>Уметь</b>   | различать массовую и элитарную культуру и осознавать значение каждой в развитии современного человека;<br>видеть и понимать существующую взаимосвязь культурологической, философской, исторической и т. д. мысли;<br>различать произведения искусства (к какой художественной эпохе, направлению, течению, стилю они относятся);  | ОПК-3 – У1 |
|  |                | формировать представление о культуре как способе жизнедеятельности человека и общества;<br>анализировать развитие исторических типов культуры;<br>выявлять динамику ценностных ориентиров человека через его картину мира;  | ОПК-3 – У2 |
|  | <b>Владеть</b> | способами использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов  | ОПК-3 – В1 |
|  |                | способами использования приобретённых знаний и умений в практической деятельности и повседневной жизни для того, чтобы знать главные составляющие культуры, основные виды искусства, их современную классификацию, художественные эпохи, направления, течения и стили, ярких представителей науки и искусства.  | ОПК-3 – В2 |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.О.12 «История отечественной и зарубежной культуры» является дисциплиной обязательной части Блока 1 учебного плана и изучается студентами первого курса во втором семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

### 4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.

Дисциплина предполагает изучение 7 тем.

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

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам. работа | вид контроля    |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|-------------|-----------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |             |                 |
| 1 | Очная          | 2       | 2                  | 72      | 36   | 14     | 22           |                    | 36          | зачет с оценкой |
| 2 | Очно-заочная   | 2       | 2                  | 72      | 28   | 12     | 16           |                    | 44          | зачет с оценкой |
| 3 | Заочная        | 3       | 2                  | 36      | 6  | 2      | 4            |                    | 30          | зачет с оценкой |
|   |                | 4       | 2                  | 36      | 4  |        |              |                    | 32          | зачет с оценкой |

### 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Основы теории коммуникаций.

#### 1.1. Цели освоения дисциплины:

Ознакомить студентов с основными понятиями теории коммуникации, помочь овладеть терминологией, освоить методы исследования коммуникативных процессов, получить общее представление о смежных с теорией коммуникации гуманитарных дисциплинах, дать представление об основных подходах в осмыслении особенностей процесса коммуникации. В конечном итоге цель преподавания дисциплины заключается в том, чтобы достичь понимания фундаментальных проблем теории коммуникации во всей полноте и разнообразии, раскрыть роль коммуникативной компетентности в профессиональной деятельности специалистов по рекламе и связям с общественностью.

#### 1.2. Задачи дисциплины:

- знакомство с содержанием основных теоретических концепций и терминов, используемых в современной коммуникативистике;

- сформировать у студентов представление об основных исследовательских подходах в изучении коммуникации, применяемых в мировой и отечественной науке, помочь студентам овладеть необходимыми знаниями практического применения и использования методики и основных методов изучения процессов коммуникации;

- ознакомление с историческими вехами возникновения и развития коммуникации с целью выделения из общей теории массовой коммуникации узловых моментов, дающих представление специалистам по связям с общественностью о процессах коммуникации;

- изучение типов, видов, функций коммуникаций, форм, моделей и структурных компонентов коммуникации;



- изучение содержания коммуникации, семиотики языка и других базовых знаний; ознакомление студентов со спецификой коммуникаций в различных сферах социальной жизни, освоение методов исследования коммуникации.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

**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

| Формируемая компетенция  | Планируемые результаты обучения |  | Код результата обучения |
|--|---------------------------------|--|-------------------------|
| <b>УК-4</b><br>Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | <b>Знать</b>                    | характерные черты деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);   | УК-4– 31                |
|  |                                 | стили общения на русском языке и иностранном(ых) языке(ах);  | УК-4 – 32               |
|  | <b>Уметь</b>                    | выбирать стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства; вести деловую переписку на русском языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем;              | УК-4 – У1               |
|  |                                 | адаптировать речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия; вести деловую переписку на иностранном(ых) языке(ах) с учетом особенностей стилистики официальных писем и социокультурных различий; | УК-4 – У2               |
|  | <b>Владеть</b>                  | навыками публично выступать на русском языке, строить свое выступление с учетом аудитории и цели общения;  | УК-4 – В1               |
|  |                                 | навыками устно представлять результаты своей деятельности на иностранном(ых) языке(ах), поддержать разговор в ходе совместного обсуждения.   | УК-4 – В2               |
| <b>ОПК-5</b><br>Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции   | <b>Знать</b>                    | тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира;  | ОПК-5 – 31              |
|  |                                 | политические и экономические механизмы функционирования, правовые и этические нормы  | ОПК-5 – 32              |

|   |                |  |            |
|---|----------------|--|------------|
| развития<br>медиакоммуникационных<br>систем региона, страны и<br>мира, исходя из<br>политических и<br>экономических<br>механизмов их<br>функционирования,<br>правовых и этических<br>норм регулирования |                | регулирования региона, страны и мира;  |            |
|   | <b>Уметь</b>   | выявлять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; | ОПК-5 – У1 |
|   |                | учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира;  | ОПК-5 – У2 |
|   | <b>Владеть</b> | терминологией и методами исследования коммуникативных процессов  | ОПК-5 – В1 |
| навыками использования различных видов коммуникации в профессиональной деятельности   |                | ОПК-5 – В2   |            |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.О.13 Основы теории коммуникации является дисциплиной обязательной части Блока 1 учебного плана, изучается студентами первого курса в первом и во втором семестрах очной формы обучения (полный срок обучения).

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.**

Дисциплина предполагает изучение 16 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачётных единиц (216 часа).

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам.работа | вид контроля |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|------------|--------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |            |              |
| 1 | Очная          | 1       | 3                  | 108     | 54   | 18     | 36           |                    | 54         | Зачет        |
|   |                | 2       | 3                  | 108     | 52   | 18     | 34           |                    | 29         | Экзамен      |
| 2 | Очно-заочная   | 1       | 3                  | 108     | 38   | 12     | 26           |                    | 70         | Зачет        |
|   |                | 2       | 3                  | 108     | 36   | 12     | 24           |                    | 45         | Экзамен      |
| 3 | Заочная        | 1       | 5                  | 180     | 22   | 6      | 16           |                    | 158        | Зачет        |
|   |                | 2       | 1                  | 36      | 9  |        |              |                    | 27         | Экзамен      |

### 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Теория и практика массовой информации.

#### 1.1. Цели освоения дисциплины:

Формирование компетенций, позволяющих будущему специалисту по рекламе и связям с общественностью иметь представление о системе средств массовой информации, а также квалифицированно, грамотно и последовательно писать журналистские тексты, осуществлять редакторскую работу в соответствии принципами, нормами и критериями журналистской деятельности и редакторской работы. Также ставится цель повысить уровень владения письменной речью и сформировать коммуникативную компетентность студентов, обеспечить и углубить знания о публицистике, его стилях и средствах.

Также данная дисциплина направлена на составление представления у студентов о массовой информации, ее появлении, формах, специфике в различных медиа-каналах (радио- и телевидении, периодической печати, а также Интернете), жанрах различных медиа-средств и некоторых аспектах ее производства, что отражено в разделах изучения

данной дисциплины. Указанные навыки являются необходимыми в информационную эпоху для специалистов по рекламе и связям с общественностью.

### 1.2. Задачи дисциплины:

- ознакомиться с понятием «массовой информации», продемонстрировать ее роль в современном мире;
- кратко изучить историю становления радио- и телевидения, периодической печати, появления массовой информации, сделав особенный акцент на российском контексте;
- обозначить специфику теле- и радиовещания, печатных СМИ как медиа-средств, а также Интернета как канала коммуникации и информационной сети;
- составить представление о системе СМИ современной России, а также ознакомить сведениями тенденциями на рынке радио-, телевидения, периодических печатных СМИ, изучить типологии названных СМИ (печать, ТВ, радио);
- изучить основные виды, жанры передач радио- тележурналистики, периодической печати, ознакомиться с их характеристиками;
- сформировать представление о некоторых особенностях и аспектах производства теле- и радиопередач, разных жанров печатных масс-медиа.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

**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

**ПК-3** Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта

| Формируемая компетенция   | Планируемые результаты обучения |  | Код результата обучения |
|---|---------------------------------|--|-------------------------|
| <b>УК-4</b><br>Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном | <b>Знать</b>                    | характерные черты деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) при взаимодействии со СМИ; | УК-4 – 31               |
|   |                                 | стили общения на русском языке и иностранном(ых)   | УК-4 – 32               |

|   |   |  |  |
|---|---|--|--|
| языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)  |   | языке(ах) при взаимодействии со СМИ;   |  |
|   |   | особенности стилистики официальных и неофициальных писем, в том числе со СМИ;  | УК-4 – 33  |
|   | <b>Уметь</b>  | выбирать стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства при взаимодействии со СМИ;   | УК-4 – У1  |
|   |   | адаптировать речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия со СМИ;  | УК-4 – У2  |
|   |   | вести деловую переписку на русском языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем при взаимодействии со СМИ;   | УК-4 – У3  |
|   | <b>Владеть</b>  | навыками публичного выступления на русском языке, строить свое выступление с учетом аудитории и цели общения;  | УК-4 – В1  |
|   |   | навыками перевода официальных и профессиональных текстов с иностранного языка на русский, с русского языка на иностранный (ые) для ссылок в материалах СМИ;  | УК-4 – В2  |
|   |   | навыками устно и письменно представлять результаты своей деятельности на иностранном(ых) языке(ах) в виде текстов для СМИ, поддерживать разговор в ходе совместного обсуждения актуальных тем.                           | УК-4 – В3  |
|   | <b>ОПК-1</b><br>Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | <b>Знать</b>   | виды медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; |
| нормы русского и иностранного языков  |   |  | ОПК-1 – 32   |
| особенности иных знаковых систем;   |   |  | ОПК-1 – 33   |
| <b>Уметь</b>  |   | создавать медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков;   | ОПК-1 – У1   |
|   |   | анализировать востребованные обществом особенности знаковых систем;  | ОПК-1 – У2   |
| <b>Владеть</b>  |   | навыками создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем | ОПК-1 – В1   |
| <b>ПК-3</b><br>Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта | <b>Знать</b>  | правила создания текстов рекламы и связей с общественностью в различных жанрах;  | ПК-3-31  |
|   |   | специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;   | ПК-3-32  |
|   | <b>Уметь</b>  | создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;  | ПК-3-У1  |
|   |   | применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта;   | ПК-3-У2  |
|   | <b>Владеть</b>  | навыками создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании;   | ПК-3-В1  |
|   |   | навыками применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде;  | ПК-3-В2  |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.О.14 Теория и практика массовой информации является дисциплиной обязательной части Блока 1 учебного плана, изучается студентами первого курса в первом-втором семестрах очной формы обучения (полный срок обучения).

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.**

Дисциплина предполагает изучение 17 тем.

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

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам.работа | вид контроля |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|------------|--------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |            |              |
| 1 | Очная          | 1       | 3                  | 108     | 54   | 18     | 36           |                    | 54         | Зачет        |
|   |                | 2       | 3                  | 108     | 52   | 18     | 34           | 2                  | 29         | Экзамен      |
| 2 | Очно-заочная   | 2       | 3                  | 108     | 38   | 12     | 26           |                    | 70         | Зачет        |
|   |                | 3       | 3                  | 108     | 36   | 12     | 24           | 2                  | 45         | Экзамен      |
| 3 | Заочная        | 1       | 2                  | 72      | 8  | 2      | 6            |                    | 64         |              |
|   |                | 2       | 3                  | 108     | 14   | 4      | 10           |                    | 94         | Зачет        |
|   |                | 3       | 1                  | 36      | 11   |        |              | 2                  | 25         | Экзамен      |

**1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:**

Основы рекламы и связей с общественностью.

**1.1. Цели освоения дисциплины:**

Изучение специфики и актуальных проблем в рекламе и связях с общественностью, а также классификации, технологий и приемов, стадий процесса работы в рекламе и связях с общественностью, методов работы, оценки эффективности результатов, приобретение навыков работы в сфере рекламы и связей с общественностью в коммерческой сфере.

Также ставится цель повысить уровень необходимых знаний о характере общественных отношений в профессиональной среде; укрепить знания теоретических представлений о деятельности в профессиональной деятельности, а также практических навыков; вооружить методологией решения практических задач в области работы с технологиями рекламы и связей с общественностью.

**1.2. Задачи дисциплины:**

- изучить предпосылки и факторы развития PR современном мире;
- выявить социально-психологические аспекты связей с общественностью и рекламы;
- определить место и роль рекламы в бизнесе;
- рассмотреть особенности организации рекламы и связей с общественностью для разных сфер бизнеса;
- освоить методы организации рекламы и связей с общественностью в малой и средней фирме;
- изучить схемы организации служб управления общественными отношениями в коммерции, промышленности и финансах;
- овладеть навыками формирования и продвижения корпоративного имиджа;
- приобретение практических навыков создания рекламных продуктов на основе полученных знаний.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой

информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

**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-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

| Формируемая компетенция   | Планируемые результаты обучения |   | Код результата обучения |
|---|---------------------------------|---|-------------------------|
| <b>ОПК-2</b><br>Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах                                    | <b>Знать</b>                    | тенденции развития общественных и государственных институтов, способствующих развитию коммуникации, рекламы и связей с общественностью;   | ОПК-2 – 31              |
|   |                                 | особенности организации рекламы и связей с общественностью для разных сфер бизнеса;   | ОПК-2 – 32              |
|   | <b>Уметь</b>                    | выявлять тенденции развития общественных и государственных институтов способствующих развитию коммуникации, рекламы и связей с общественностью;   | ОПК-2 – У1              |
|   |                                 | учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов, способствующих развитию коммуникации, рекламы и связей с общественностью;   | ОПК-2 – У2              |
|   | <b>Владеть</b>                  | методами организации рекламы и связей с общественностью   | ОПК-2 – В1              |
|   |                                 | навыками формирования и продвижения корпоративного имиджа   | ОПК-2 – В2              |
| <b>ОПК-5</b><br>Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования | <b>Знать</b>                    | тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, влияющих на развитие коммуникаций, рекламы и связей с общественностью;  | ОПК-5 – 31              |
|   |                                 | политические и экономические механизмы функционирования, правовые и этические нормы регулирования региона, страны и мира, влияющие на развитие коммуникаций, рекламы и связей с общественностью;  | ОПК-5 – 32              |
|   | <b>Уметь</b>                    | выявлять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования, их влияние на развитие коммуникаций, рекламы и связей с общественностью; | ОПК-5– У1               |

|  |                |   |            |
|--|----------------|---|------------|
|  |                | выявлять социально-психологические аспекты связей с общественностью и рекламы;                              | ОПК-5– У2  |
|  | <b>Владеть</b> | методологией решения практических задач в области работы с технологиями рекламы и связей с общественностью. | ОПК-5 – В1 |
|  |                | технологиями формирования и продвижения имиджа фирмы, оптимизацией контактов с властными структурами        | ОПК-5 – В2 |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.О.15 Основы рекламы и связей с общественностью является дисциплиной обязательной части Блока 1 учебного плана, изучается студентами первого и второго курсов во втором и третьем семестрах очной формы обучения (полный срок обучения).

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.**

Дисциплина предполагает изучение 16 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачётных единицы (216 часов).

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам.работа | вид контроля |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|------------|--------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |            |              |
| 1 | Очная          | 2       | 3                  | 108     | 54   | 18     | 36           |                    | 54         | Зачет        |
|   |                | 3       | 3                  | 108     | 54   | 20     | 34           |                    | 27         | Экзамен      |
| 2 | Очно-заочная   | 2       | 3                  | 108     | 38   | 12     | 26           |                    | 70         | Зачет        |
|   |                | 3       | 3                  | 108     | 36   | 12     | 24           |                    | 45         | Экзамен      |
| 3 | Заочная        | 2       | 2                  | 72      | 8  | 2      | 6            |                    | 64         |              |
|   |                | 3       | 3                  | 108     | 16   | 4      | 12           |                    | 92         | Зачет        |
|   |                | 4       | 1                  | 36      | 9  |        |              |                    | 27         | Экзамен      |

### 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью.

#### 1.1. Цели освоения дисциплины:

Изучение правовых основ регулирования рекламной и PR деятельности, законодательства, регулирующего информационную и рекламную деятельность в России и за рубежом, правового положения участников рекламной и PR деятельности, основных договоров, связанных с производством и распространением информации.

#### 1.2. Задачи дисциплины:

Добиться понимания студентами принципов правового регулирования рекламной и PR деятельности, значения норм права, морали и этики в регулировании информационного процесса; развитие навыков практического применения законодательства об информации, рекламе; изучение вопросов государственного регулирования и саморегулирования рекламной и PR деятельности; обучение практике правового самообразования, анализа деятельности контролирующих и судебных органов в сфере связей с общественностью и рекламы; выработка навыков проведения правового анализа при принятии решений в сфере будущей профессиональной деятельности.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств

массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

**УК-10** Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению;

**ОПК-2** Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.

| Формируемая компетенция  | Планируемые результаты обучения |   | Код результата обучения |
|--|---------------------------------|---|-------------------------|
| <b>УК-10</b><br>Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению;  | Знать                           | положения российского антикоррупционного законодательства, признаки деяний коррупционной направленности, причины, содействующие их совершению, а также способы их выявления и предотвращения; | УК-10 – 31              |
|  |                                 | сущность профессиональной деформации.   | УК- 10 – 32             |
|  | Уметь                           | анализировать социальные процессы и явления на предмет выявления у них коррупционных факторов;  | УК- 10 – У1             |
|  |                                 | выявлять и давать оценку коррупционного поведения и содействовать его пресечению.   | УК- 10 – У2             |
|  | Владеть                         | навыками выявления и оценки коррупционного поведения;   | УК- 10 – В1             |
|  |                                 | разработки мер предупреждения данных правонарушений, а также устранения причин и условий, способствующие их совершению.   | УК- 10 – В2             |
| <b>ОПК-2</b><br>Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах | Знать                           | правовые основы регулирования рекламной и PR деятельности, законодательства, регулирующего информационную и рекламную деятельность в России и за рубежом,                                     | ОПК-2 – 31              |
|  |                                 | правовые положения участников рекламной и PR деятельности, содержание основных договоров, связанных с производством и распространением информации.  | ОПК-2 – 32              |
|  | Уметь                           | выявлять тенденции развития общественных и государственных институтов и их влияние на развитие правового поля в области рекламы и связей с общественностью;                                   | ОПК-2 – У1              |
|  |                                 | учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов и их влияние на развитие правового поля в области рекламы и связей с общественностью;                                  | ОПК-2 – У2              |



|  |         |   |            |
|--|---------|---|------------|
|  | Владеть | навыками практического применения законодательства об информации, рекламе                             | ОПК-2 – В1 |
|  |         | навыками проведения правового анализа при принятии решений в сфере рекламы и связей с общественностью | ОПК-2 – В2 |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.О.16 Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью является дисциплиной обязательной части Блока 1 учебного плана, изучается студентами второго курса в третьем семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

### 4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.

Дисциплина предполагает изучение 10 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётные единицы (108 часов).

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам.работа | вид контроля    |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|------------|-----------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |            |                 |
| 1 | Очная          | 3       | 3                  | 108     | 54   | 18     | 36           |                    | 54         | Зачет с оценкой |
| 2 | Очно-заочная   | 3       | 3                  | 108     | 38   | 12     | 26           |                    | 70         | Зачет с оценкой |
| 3 | Заочная        | 3       | 2                  | 72      | 8  | 2      | 6            |                    | 64         |                 |
|   |                | 4       | 1                  | 36      | 4  |        |              |                    | 32         | Зачет с оценкой |

## 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Профессиональная этика.

### 1.1. Цели освоения дисциплины:

Целенаправленно и систематически формировать у студентов профессиональную компетентность в области знания принципов и норм этики, формирование у них ответственности за выполнение профессиональных задач в соответствии с данными нормами.

### 1.2. Задачи дисциплины:

- формирование целостного представления об этических основах профессиональной деятельности и профессиональной морали;
- раскрытие сущности этического подхода к осмыслению профессиональной деятельности, ответственности, долга;
- овладение основами профессиональной этики, этикетными требованиями и навыками (принципами, нормами, правилами и т.д.), речевой профессиональной культуры и готовность к их реализации в практической деятельности.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской

Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

| Формируемая компетенция   | Планируемые результаты обучения |  | Код результата обучения |
|---|---------------------------------|--|-------------------------|
| УК-3<br>Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | Знать                           | особенности осуществления социального взаимодействия и реализации своей роли в команде   | УК-3– 31                |
|   |                                 | принципы и нормы этики, необходимые для осуществления социального взаимодействия и реализации своей роли в команде                                 | УК-3– 32                |
|   | Уметь                           | работать в коллективе, эффективно выполнять задачи профессиональной деятельности;  | УК-3– У1                |
|   |                                 | использовать принципы и нормы этики, необходимые для осуществления социального взаимодействия и реализации своей роли в команде                    | УК-3– У2                |
|   | Владеть                         | приемами взаимодействия с сотрудниками, выполняющими различные профессиональные задачи и обязанности;  | УК-3– В1                |
|   |                                 | основами профессиональной этики, этикетными требованиями и навыками при осуществлении социального взаимодействия и реализации своей роли в команде | УК-3– В2                |

## 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.О.17 «Профессиональная этика» является дисциплиной обязательной части Блока 1 учебного плана и изучается обучающимися второго курса в третьем семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

## 4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.

Дисциплина предполагает изучение 6 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачётные единицы (72 часа)

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              | сам. работа | вид контроля    |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|-------------|-----------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ |             |                 |
| 1 | Очная          | 3       | 2                  | 72      | 36   | 12     | 24           | 36          | Зачет с оценкой |
| 2 | Очно-заочная   | 3       | 2                  | 72      | 28   | 10     | 18           | 44          | Зачет с         |

|   |         |   |   |    |   |   |   |  |    |                 |
|---|---------|---|---|----|---|---|---|--|----|-----------------|
|   |         |   |   |    |   |   |   |  |    | оценкой         |
| 3 | Заочная | 3 | 1 | 36 | 4 | 2 | 2 |  | 32 |                 |
|   |         | 4 | 1 | 36 | 4 |   |   |  | 32 | Зачет с оценкой |

## 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Основы менеджмента.

### 1.1. Цель дисциплины

- формирование у обучающихся научных фундаментальных теоретических знаний в области менеджмента;
- приобретение обучающимися системных практических навыков выполнения основных функций менеджмента;
- овладение методами менеджмента;
- ознакомление обучающихся с механизмом принятия решений и оценкой их эффективности;
- выработка умений в управлении персоналом, в управлении конфликтами, стрессами и изменениями;
- обоснование необходимости оценки эффективности управления.

### 1.2. Задачи дисциплины:

- изучение понятия, закономерностей, принципов, основных категорий менеджмента и эволюции его теории и практики;
- изучение особенностей американского, японского и российского менеджмента;
- характеристика современного менеджера и его креативного образования;
- разработка и совершенствование стратегического управления организацией, ее формальных и неформальных групп, основных функций (планирования, организации, мотивации, контроля);
- научить использовать методы менеджмента:
- развить навыки принятия решений;
- научить принципам управления персоналом, стилям руководства, самоменеджменту;
- привить навыки управления конфликтами, стрессами и изменениями.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:



|   |              |   |   | часах |    |    | ПЗ | контр.<br>раб |    |         |
|---|--------------|---|---|-------|----|----|----|---------------|----|---------|
| 1 | Очная        | 3 | 3 | 108   | 54 | 18 | 36 |               | 54 | Зачет   |
|   |              | 4 | 3 | 108   | 50 | 18 | 32 |               | 31 | Экзамен |
| 2 | Очно-заочная | 4 | 3 | 108   | 38 | 12 | 26 |               | 70 | Зачет   |
|   |              | 5 | 3 | 108   | 36 | 12 | 24 |               | 45 | Экзамен |
| 3 | Заочная      | 4 | 2 | 72    | 8  | 2  | 6  |               | 64 |         |
|   |              | 5 | 3 | 108   | 14 | 4  | 10 |               | 94 | Зачет   |
|   |              | 6 | 1 | 36    | 9  |    |    |               | 27 | Экзамен |

## **1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:**

### **Основы маркетинга.**

#### **1.1. Цели освоения дисциплины:**

-приобретение знаний и умений по выявлению, созданию и удовлетворению потребностей, разработке стратегий маркетинга, формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления маркетинговой деятельности;

-изучение студентами: структур маркетинга, основных его принципов и концепций; ценовые особенности маркетинга; товара, его конкурентоспособности; объеме спроса и предложения; конкуренции с позиции маркетинга; сегментацию рынка; методах и порядке проведения маркетинговых исследований и используемая при этом информация;

-иметь представление о рекламе и средствах ее распространения; типах и видах маркетинга; разработке маркетинговой программы и стратегии развития организации; представление о международном маркетинге; о средствах стимулировании сбыта; пропаганде и т.д.

#### **1.2. Задачи дисциплины:**

- усвоение основных понятий в области маркетинга;
- изучение содержания маркетинговой деятельности предприятия;
- разработка и внедрение комплекса маркетинга;
- приобретение умений и навыков использования теоретических знаний в практических ситуациях, а также формирования необходимых для профессиональной деятельности компетенций;
- должны ориентироваться в маркетинговой терминологии;
- реально оценивать значение маркетинга в рыночной экономике;
- уметь анализировать конъюнктуру рынка, вести маркетинговые исследования;
- разрабатывать программы маркетинга.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

**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.

| Формируемая компетенция  | Планируемые результаты обучения |  | Код результата обучения |
|--|---------------------------------|--|-------------------------|
| <b>ОПК-5</b><br>Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования. | <b>Знать</b>                    | знать теоретические основы маркетинговой деятельности предприятия;                       | ОПК-5 – 3.1             |
|  |                                 | место и роль маркетинга в профессиональной деятельности, его основные функции;           | ОПК-5 – 3.2             |
|  | <b>Уметь</b>                    | анализировать конъюнктуру рынка, проводить маркетинговые исследования;                   | ОПК-5 – У.1             |
|  |                                 | проводить сегментацию рынка и разрабатывать программы маркетинга;                        | ОПК-5 – У.2             |
|  | <b>Владеть</b>                  | навыками разработки и внедрения комплекса маркетинга;                                    | ОПК-5– В.1              |
|  |                                 | основными маркетинговыми инструментами для проведения операций маркетингового комплекса. | ОПК-5 – В.2             |

## 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.О.19 «Основы маркетинга» является дисциплиной обязательной части Блока 1 учебного плана, изучается обучающимися второго курса в третьем и четвертом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

## 4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачётных единиц (180 часов).

Дисциплина предполагает изучение 12 тем.

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам.работа | вид контроля |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|------------|--------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |            |              |
| 1 | Очная          | 3       | 3                  | 108     | 54   | 18     | 36           |                    | 54         | Зачет        |
|   |                | 4       | 2                  | 72      | 32   | 12     | 20           |                    | 13         | Экзамен      |
| 2 | Очно-заочная   | 4       | 2                  | 72      | 26   | 10     | 16           |                    | 46         | Зачет        |
|   |                | 5       | 3                  | 108     | 36   | 12     | 24           |                    | 45         | Экзамен      |
| 3 | Заочная        | 4       | 2                  | 72      | 8  | 2      | 6            |                    | 64         |              |
|   |                | 5       | 2                  | 72      | 12   | 2      | 10           |                    | 60         | Зачет        |
|   |                | 6       | 1                  | 36      | 9  |        |              |                    | 27         | Экзамен      |

## 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Работа с медиатекстами.

### 1.1. Цели освоения дисциплины

Повысить уровень необходимых знаний о характере общественных отношений в профессиональной среде; укрепить знания теоретических представлений о деятельности в профессиональной деятельности, а также практических навыков; вооружить методологией написания медиатекстов в области работы с технологиями рекламы и связей с общественностью.

### 1.2. Задачи дисциплины:

- изучение специфики работы с медиатекстами, а также классификаций, технологий и приемов, стадий процесса работы в рекламе и связях с общественностью, методов работы, оценки эффективности результатов.

- приобретение навыков работы в сфере рекламы и связей с общественностью в коммерческой сфере.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими 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-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

| Формируемая компетенция  | Планируемые результаты обучения |   | Код результата обучения |
|--|---------------------------------|---|-------------------------|
| <b>ОПК-1</b> Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных | <b>Знать</b>                    | - виды медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;                  | ОПК-1 – 31              |
|  |                                 | - нормы русского и иностранного языков при работе с медиатекстами;                                | ОПК-1 – 32              |
|  |                                 | - особенности иных знаковых систем, использующихся в работе с медиатекстами;                      | ОПК-1 – 33              |
|  | <b>Уметь</b>                    | - создавать медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с | ОПК-1 – У1              |

|  |                |  |            |
|--|----------------|--|------------|
| знаковых систем  |                | нормами русского и иностранных языков;   |            |
|  |                | - анализировать востребованные обществом особенности знаковых систем и их использование при подготовке медиатекста и (или) медиапродукта;  | ОПК-1 –У2  |
|  | <b>Владеть</b> | - навыками создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем.  | ОПК-1 – В1 |
| <b>ОПК-5</b> Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования | <b>Знать</b>   | - тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира и их влияние на создание медиатекстов и (или) медиарпродуктов;  | ОПК-5 – 31 |
|  |                | - политические и экономические механизмы функционирования, правовые и этические нормы регулирования региона, страны и мира и их влияние на создание медиатекстов и (или) медиарпродуктов;  | ОПК-5 – 32 |
|  | <b>Уметь</b>   | - выявлять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира и их влияние на создание медиатекстов и (или) медиапродуктов, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;                                  | ОПК-5– У1  |
|  |                | - учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира и их влияние на создание медиатекстов и (или) медиапродуктов;   | ОПК-5– У2  |
|  | <b>Владеть</b> | - навыками 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 при работе с медиатекстами и (или) медиарпродуктами) | ОПК-5 – В1 |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.О.20 Работа с медиатекстами является дисциплиной обязательной части Блока 1 учебного плана, изучается студентами второго курса в третьем и четвертом семестрах очной формы обучения (полный срок обучения).

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.**

Дисциплина предполагает изучение 16 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачётных единицы (216 часов).

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам.работа | вид контроля |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|------------|--------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |            |              |
| 1 | Очная          | 3       | 3                  | 108     | 54   | 18     | 36           |                    | 54         | Зачет        |
|   |                | 4       | 3                  | 108     | 50   | 18     | 32           |                    | 31         | Экзамен      |
| 2 | Очно-заочная   | 4       | 3                  | 108     | 38   | 12     | 26           |                    | 70         | Зачет        |
|   |                | 5       | 3                  | 108     | 36   | 12     | 24           |                    | 45         | Экзамен      |
| 3 | Заочная        | 4       | 2                  | 72      | 8  | 2      | 6            |                    | 64         |              |
|   |                | 5       | 3                  | 108     | 14   | 4      | 10           |                    | 94         | Зачет        |
|   |                | 6       | 1                  | 36      | 9  |        |              |                    | 27         | Экзамен      |



## **1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:**

Логика и теория аргументации.

### **1.1. Цели освоения дисциплины**

Ознакомление студентов (будущих специалистов в области рекламы) с формами и приемами рационального познания, создание у них общего представления о логических методах и подходах, используемых в области их профессиональной деятельности, формирование практических навыков рационального и эффективного мышления.

Также ставится цель повысить уровень необходимых знаний о характере общественных отношений в профессиональной среде; укрепить знания теоретических и практических представлений о коммуникационной деятельности, а также практических навыков по аргументации в сфере профессиональной деятельности; вооружить методологией решения практических задач в области рекламы.

### **1.2. Задачи дисциплины:**

- получить знания об основных принципах и понятиях логики, понять сущность применяемых в ней методов, узнать законы и правила различных логических теорий, а также основные ошибки, связанные с их нарушением.

- научиться логически корректно использовать концептуальный аппарат своей науки, грамотно готовить и анализировать документы, четко и ясно формулировать суть возникающих в процессе профессиональной деятельности проблем, правильно выдвигать и эффективно проверять гипотезы (версии), доказательно строить свои публичные выступления.

- получить практические навыки решения различных логических задач и упражнений, четкого и ясного формулирования своих мыслей, построения выводов и доказательств, определений и классификаций, опровержения логически некорректных умозаключений.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

## **2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.**

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

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

| Формируемая компетенция   | Планируемые результаты обучения |   | Код результата обучения |
|---|---------------------------------|---|-------------------------|
|   |                                 |   |                         |
| <b>УК-1</b><br>Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач | <b>Знать</b>                    | - виды задач по различным видам запросов;   | УК-1 – 31               |
|   |                                 | - возможные варианты логического решения поставленной задачи;   | УК-1 – 32               |
|   | <b>Уметь</b>                    | - анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие;  | УК-1 – У1               |
|   |                                 | - осуществлять поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов с использованием логики и аргументации;   | УК-1 – У2               |
|   | <b>Владеть</b>                  | - навыками поиска, критического анализа информации;   | УК-1 – В1               |
|   |                                 | - навыками выдвижения и эффективной проверки гипотезы (версии), доказательного построения своих публичных выступлений.  | УК-1 – В2               |
| <b>ОПК-4</b><br>Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности                               | <b>Знать</b>                    | - запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;   | ОПК-4 – 31              |
|   |                                 | - особенности коммуникационной деятельности   | ОПК-4 – 32              |
|   | <b>Уметь</b>                    | - выявлять запросы общества и аудитории в профессиональной деятельности логическими методами;   | ОПК-4 – У1              |
|   |                                 | - аргументированно учитывать потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;  | ОПК-4 – У2              |
|   | <b>Владеть</b>                  | - навыками аргументированного ответа на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.   | ОПК-4 – В1              |
|   |                                 | - навыками решения различных логических задач и упражнений, четкого и ясного формулирования своих мыслей, построения выводов и доказательств, определений и классификаций, опровержения логически некорректных умозаключений. | ОПК-4 – В2              |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.О.21 Логика и теория аргументации является дисциплиной обязательной части Блока 1 учебного плана, изучается студентами второго курса в четвертом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.**

Дисциплина предполагает изучение 14 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачётные единицы (72 часа).

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              | сам. работа | вид контроля    |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|-------------|-----------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ |             |                 |
| 1 | Очная          | 4       | 2                  | 72      | 36   | 16     | 20           | 36          | Зачет с оценкой |
| 2 | Очно-заочная   | 5       | 2                  | 72      | 26   | 10     | 16           | 46          | Зачет с         |

|   |         |   |   |    |   |   |   |  |    |                 |
|---|---------|---|---|----|---|---|---|--|----|-----------------|
|   |         |   |   |    |   |   |   |  |    | оценкой         |
| 3 | Заочная | 4 | 1 | 36 | 6 | 2 | 4 |  | 30 |                 |
|   |         | 5 | 1 | 36 | 4 |   |   |  | 32 | Зачет с оценкой |

## 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Организация и проведение рекламных и PR-кампаний в бизнесе.

### 1.1. Цели освоения дисциплины:

Формирование у студентов универсальных и общепрофессиональных и профессиональных компетенций, позволяющих будущему специалисту по рекламе и связям с общественностью иметь представление об организации и проведении рекламных и PR-кампаний в бизнесе, а также квалифицированно, грамотно и последовательно осуществлять работу в соответствии принципами, нормами и критериями профессиональной деятельности.

Также ставится цель повысить уровень необходимых знаний о правилах и принципах разработки стратегии и тактики PR-кампаний, практической реализации PR-кампаний, оценке эффективности PR-кампаний, прогнозах результатов PR-кампаний, целевых аудиториях и целевых СМИ.

### 1.2. Задачи дисциплины:

В результате освоения дисциплины студент должен:

- рассмотреть способы организации рекламных и PR-кампаний;
- научить студентов технологиям проведения специальных событий, акций;
- освоить знания из сферы организации и управления коммуникационными процессами, показать специфику взаимодействия PR с различными средствами массовой информации;
- изучить опыт инновационной деятельности в системе рекламы и связей с общественностью;
- обучить основным навыкам разработки, реализации и оценки эффективности кампаний в области связей с общественностью.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

**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

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

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

| Формируемая компетенция   | Планируемые результаты обучения |  | Код результата обучения |
|---|---------------------------------|--|-------------------------|
| <b>УК-2</b><br>Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений | <b>Знать</b>                    | - круг задач в рамках поставленной коммуникационной цели;  | УК-2 – 31               |
|   |                                 | - оптимальные способы решения коммуникационных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;             | УК-2 – 32               |
|   | <b>Уметь</b>                    | - определять круг задач в рамках поставленной коммуникационной цели;   | УК-2 – У1               |
|   |                                 | - предлагать оптимальные способы решения коммуникационных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;  | УК-2 – У2               |
|   | <b>Владеть</b>                  | - навыками разработки, реализации и оценки эффективности кампаний в области связей с общественностью.                                    | УК-2 – В1               |
|   |                                 | - навыками выбора оптимальных способов решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений | УК-2 – В2               |
| <b>ОПК-4</b><br>Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности   | <b>Знать</b>                    | - запросы и потребности общества и аудитории в рамках рекламной или PR-кампании;   | ОПК-4 – 31              |
|   |                                 | - правила и принципы разработки стратегии и тактики PR-кампаний  | ОПК-4 – 32              |
|   | <b>Уметь</b>                    | - выявлять запросы общества и аудитории в рамках рекламной или PR-кампании;  | ОПК-4 – У1              |
|   |                                 | - учитывать потребности общества и аудитории в рамках рекламной или PR-кампании;   | ОПК-4 – У2              |
|   | <b>Владеть</b>                  | - навыками реагирования на запросы и потребности общества и аудитории в рамках рекламной или PR-кампании.                                | ОПК-4 – В1              |
|   |                                 | - навыкам разработки, реализации и оценки эффективности кампаний в области связей с общественностью.                                     | ОПК-4 – В2              |
| <b>ОПК-7</b><br>Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности   | <b>Знать</b>                    | - возможные эффекты и последствия своей деятельности в рамках рекламной и (или) PR-кампании;   | ОПК-7 – 31              |
|   |                                 | - принципы создания социальной ответственности в рекламной и (или) PR-кампании;  | ОПК-7 – 32              |
|   | <b>Уметь</b>                    | - прогнозировать эффекты своей деятельности в рекламной и (или) PR-кампании;   | ОПК-7 – У1              |
|   |                                 | - оценивать последствия своей деятельности в рекламной и (или) PR-кампании;  | ОПК-7 – У2              |
|   | <b>Владеть</b>                  | - навыками учета эффектов и последствий своей деятельности в рекламной и (или) PR-кампании, следуя принципам социальной ответственности  | ОПК-7 – В1              |
|   |                                 | - навыками использования опыта инновационной деятельности в системе рекламы и связей с общественностью                                   | ОПК-7 – В2              |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.О.22 Организация и проведение рекламных и PR-кампаний в бизнесе является дисциплиной обязательной части Блока 1 учебного плана, изучается студентами второго курса в четвертом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.**

Дисциплина предполагает изучение 9 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы (144 часа).

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам. работа | вид контроля    |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|-------------|-----------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |             |                 |
| 1 | Очная          | 4       | 4                  | 144     | 72   | 24     | 48           | 2                  | 72          | Зачет с оценкой |
| 2 | Очно-заочная   | 5       | 4                  | 144     | 54   | 18     | 36           | 2                  | 90          | Зачет с оценкой |
| 3 | Заочная        | 4       | 3                  | 108     | 10   | 4      | 6            |                    | 98          |                 |
|   |                | 5       | 1                  | 36      | 6  |        |              | 2                  | 30          | Зачет с оценкой |

## **1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:**

Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью.

### **1.1. Цели освоения дисциплины:**

Освоение обучающимися системы научно-практических знаний, умений и компетенций в области связей с общественностью и реализация их в своей профессиональной деятельности, ознакомление обучающихся с современными принципами организации работы отдела рекламы и связей с общественностью в бизнес-структуре, в некоммерческой общественной организации, госструктуре. Теоретическое содержание курса предполагает изучение специфики и актуальных проблем организации отдела по связям с общественностью, а также классификации работ, стадий организационного процесса, методов работы в отделе, мониторинга процесса работы и оценки эффективности результатов.

Практическое содержание курса предполагает приобретение навыков диагностирования проблемных аспектов, выработки путей их разрешения, разработки и содействию внедрения конкретных решений в области связей с общественностью, а именно в отделе, анализа результатов деятельности.

Также ставится цель повысить уровень необходимых знаний о характере общественных отношений в профессиональной среде; укрепить знания теоретических представлений о деятельности в профессиональной деятельности, а также практических навыков; вооружить методологией решения практических задач в сфере работы отдела.

### **1.2. Задачи дисциплины:**

- знать логические принципы и методы получения и преобразования информации;
- знать теоретико-методологические основы построения эффективного взаимодействия пресс служб и СМИ;
- владеть навыками применения информационных технологий в производственном процессе;
- изучить на конкретных примерах из современной жизни, оценить и понять, как работает отдел рекламы и связей с общественностью в структуре организации;

- изучить, как готовится годовой план работы, планируется бюджет подразделения;

- изучить эффективные технологии управления персоналом отдела рекламы и связей с общественностью.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

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

**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

**ПК-4** Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

| Формируемая компетенция  | Планируемые результаты обучения  |   | Код результата обучения |
|--|--|---|-------------------------|
| <b>УК-3</b><br>Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | <b>Знать</b>   | - способы осуществления социального взаимодействия в команде отдела рекламы и связей с общественностью;   | УК-3 – 31               |
|  |  | - виды ролей в команде отдела рекламы и связей с общественностью;   | УК-3 – 32               |
|  | <b>Уметь</b>   | - определять свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели в отделе рекламы и связей с общественностью; | УК-3 – У1               |
|  |  | - при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе в отделе рекламы и связей с общественностью учитывать особенности поведения и интересы других участников;    | УК-3 – У2               |
| <b>Владеть</b>   | - навыками осуществления социального взаимодействия и реализации своей роли в команде в отделе рекламы и связей с общественностью. | УК-3 – В1   |                         |

|   |                |  |            |
|---|----------------|--|------------|
|   |                | -навыками осуществления обмена информацией, знаниями и опытом с членами команды в отделе рекламы и связей с общественностью;   | УК-3 – В2  |
| <b>УК-6</b><br>Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни  | <b>Знать</b>   | - основы принципов непрерывного образования для работы в отделе рекламы и связей с общественностью;  | УК-6 – 31  |
|   |                | - инструменты и методы управления своим временем, выстраивания и реализации траектории саморазвития для работы в отделе рекламы и связей с общественностью;  | УК-6 – 32  |
|   | <b>Уметь</b>   | - определять приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста в отделе рекламы и связей с общественностью;  | УК-6 – У1  |
|   |                | - оценивать требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста для работы в отделе рекламы и связей с общественностью;  | УК-6 – У2  |
|   | <b>Владеть</b> | - навыками управления личным временем и выстраивания и реализации траектории саморазвития для работы в отделе рекламы и связей с общественностью на основе принципов образования в течение всей жизни.   | УК-6 – В1  |
|   |                | -навыками использования инструментов и методов управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей в отделе по рекламе и связям с общественностью;  | УК-6 – В2  |
| <b>ОПК-5</b><br>Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования | <b>Знать</b>   | - тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, влияющие на работу отдела рекламы и связей с общественностью;  | ОПК-5 – 31 |
|   |                | - политические и экономические механизмы функционирования, правовые и этические нормы регулирования региона, страны и мира, влияющие на работу отдела рекламы и связей с общественностью;  | ОПК-5 – 32 |
|   | <b>Уметь</b>   | - выявлять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, влияющих на работу отдела рекламы и связей с общественностью, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;                                       | ОПК-5 – У1 |
|   |                | - учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, влияющие на работу отдела рекламы и связей с общественностью;  | ОПК-5 – У2 |
|   | <b>Владеть</b> | - навыками учета в профессиональной деятельности тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, влияющих на работу отдела рекламы и связей с общественностью, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования. | ОПК-5 – В1 |
|   |                | -навыками применения информационных технологий в производственном процессе;  | ОПК-5 – В2 |
| <b>ПК-4</b><br>Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий  | <b>Знать</b>   | -функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью  | ПК-4 – 31  |
|   |                | -социальные феномены, категории, методы изучения и описания социальных явлений; основные механизмы социального взаимодействия  | ПК-4 – 32  |

|  |                |  |           |
|--|----------------|--|-----------|
|  | <b>Уметь</b>   | -осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии  | ПК-4 – У1 |
|  |                | -разрабатывать рекомендации по обеспечению социального взаимодействия сотрудников, снижению конфликтности, решению управленческих задач                                    | ПК-4 – У2 |
|  | <b>Владеть</b> | -навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций; навыками осуществления контроля и проведения оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ | ПК-4 – В1 |
|  |                | -навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий   | ПК-4 – В2 |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.О.23 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью является дисциплиной обязательной части Блока 1 учебного плана, изучается студентами второго-третьего курсов в четвертом-пятом семестрах очной формы обучения (полный срок обучения).

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.**

Дисциплина предполагает изучение 6 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачётных единиц (180 часов).

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам.работа | вид контроля |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|------------|--------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |            |              |
| 1 | Очная          | 4       | 2                  | 72      | 36   | 12     | 24           |                    | 36         | Зачет        |
|   |                | 5       | 3                  | 108     | 54   | 20     | 34           |                    | 27         | Экзамен      |
| 2 | Очно-заочная   | 5       | 2                  | 72      | 26   | 10     | 16           |                    | 46         | Зачет        |
|   |                | 6       | 3                  | 108     | 36   | 12     | 24           |                    | 45         | Экзамен      |
| 3 | Заочная        | 5       | 4                  | 144     | 14   | 6      | 8            |                    | 130        |              |
|   |                | 6       | 1                  | 36      | 9  |        |              |                    | 27         | Экзамен      |

### 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Информационные технологии в рекламной деятельности.

#### 1.1. Цели освоения дисциплины:

Дать студентам комплекс знаний, умений и навыков, необходимых для повышения эффективности профессиональной деятельности средствами информационных технологий, помочь будущим специалистам ориентироваться в вопросах применения информационных технологий в области рекламы.

#### 1.2. Задачи дисциплины:

Ознакомить студента с аппаратным и программным обеспечением информационных технологий в рекламе, рассмотреть состав технического и программного обеспечения офиса фирмы, применение систем управления базами данных в сфере рекламы, дать студенту знания по основам построения и функционирования локальных и глобальных компьютерных сетей, защите информации в компьютерных



сетях, основам построения автоматизированных систем управления предприятием рекламной сферы.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

| Формируемая компетенция  | Планируемые результаты обучения |   | Код результата обучения |
|--|---------------------------------|---|-------------------------|
| <b>ОПК-6</b><br>Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности. | <b>Знать</b>                    | технологические новации, используемые для организации процессов услуг в сфере рекламы;                          | ОПК-6 – 31              |
|  |                                 | современное программное обеспечение и интернет ресурсы необходимые для организации работы в сфере рекламы;      | ОПК-6 – 32              |
|  | <b>Уметь</b>                    | применять технологические новации для организации процессов услуг в сфере рекламы;                              | ОПК-6 – У1              |
|  |                                 | использовать современное программное обеспечение и интернет ресурсы в сфере рекламы;                            | ОПК-6 – У2              |
|  | <b>Владеть</b>                  | методами организации процессов услуг в сфере рекламы с применением технологических новации и интернет-ресурсов; | ОПК-6 – В1              |
|  |                                 | методикой внедрения современного программного обеспечения и интернет-ресурсов в сфере рекламы;                  | ОПК-6 – В2              |

## 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.О.24 «Информационные технологии в рекламной деятельности» является дисциплиной обязательной части Блока 1 учебного плана и изучается обучающимися второго и третьего курсов в четвертом и пятом семестрах очной формы обучения (полный срок обучения).

## 4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.

Дисциплина предполагает изучение 12 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единиц (144 часов ).

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам. работа | вид контроля    |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|-------------|-----------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |             |                 |
|   |                |         |                    |         |  |        |              |                    |             |                 |
| 1 | Очная          | 4       | 2                  | 72      | 36   | 10     | 26           |                    | 36          | зачет           |
|   |                | 5       | 2                  | 72      | 36   | 10     | 26           |                    | 36          | зачет с оценкой |
| 2 | Очно-заочная   | 4       | 2                  | 72      | 28   | 8      | 20           |                    | 44          | зачет           |
|   |                | 5       | 2                  | 72      | 28   | 8      | 20           |                    | 44          | зачет с оценкой |
| 3 | Заочная        | 4       | 3                  | 108     | 12   | 2      | 10           |                    | 96          |                 |
|   |                | 5       | 1                  | 36      | 4  |        |              |                    | 32          | зачет с оценкой |

## 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Экономика.

### 1.1. Цели освоения дисциплины:

- овладение логикой экономического выбора и определенной эрудицией в сфере экономики, а также инструментарием для грамотных суждений и верных заключений по текущим вопросам экономической реальности.

### 1.2. Задачи дисциплины:

- познакомиться с базовыми понятиями экономической науки;  
 - изучить основные взаимосвязи между явлениями и процессами экономической реальности;  
 - научиться методам анализа этих явлений;  
 - освоить способы графической иллюстрации экономических процессов и проверки теоретических положений на массовых статистических данных.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

**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.

| Формируемая компетенция  | Планируемые результаты обучения |   | Код результата обучения |
|--|---------------------------------|---|-------------------------|
| <b>УК-9</b><br>Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.   | <b>Знать</b>                    | основные принципы принятия обоснованных экономических решений в деятельности предприятия;   | УК-9 – 3.1              |
|  |                                 | основные экономические категории для принятия обоснованных экономических решений при организации деятельности предприятия;  | УК-9 – 3.2              |
|  | <b>Уметь</b>                    | анализировать информационные источники (сайты, форумы, периодические издания) и культурную, профессиональную и личностную информацию и использовать ее для принятия решений при организации деятельности предприятия; | УК-9 – У.1              |
|  |                                 | определять основные взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений при организации деятельности предприятия;                                       | УК-9 – У.2              |
|  | <b>Владеть</b>                  | навыками оценки взаимосвязей между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений при организации деятельности предприятия;  | УК-9 – В.1              |
|  |                                 | приемами поиска, систематизации и свободного изложения материала для осуществления экономической деятельности предприятия.  | УК-9 – В.2              |
| <b>ОПК-5</b><br>Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования. | <b>Знать</b>                    | основные экономические понятия, законы и теории, макро- и микроэкономические показатели, статистические методы оценки и прогнозирования; нормативно-правовую базу экономической деятельности предприятий;             | ОПК-5 – 3.1             |
|  |                                 | особенности построения организаций в зависимости от целей функционирования, их экономических и иных особенностей;   | ОПК-5 – 3.2             |
|  | <b>Уметь</b>                    | анализировать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира для принятия рациональных организационно-экономических решений;  | ОПК-5 – У.1             |
|  |                                 | проводить сегментацию рынка и разрабатывать организационную структуру управления;   | ОПК-5 – У.2             |
|  | <b>Владеть</b>                  | навыками разработки и внедрения организационной структуры управления организации исходя из экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.                                     | ОПК-5 – В.1             |
|  |                                 | информационными технологиями, нормативно-правовой базой профессиональной деятельности; методами расчёта, оценки и контроля основных экономических характеристик проектируемого объекта.                               | ОПК-5 – В.2             |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.О.25 «Экономика» является дисциплиной обязательной части Блока 1 учебного плана, изучается обучающимися третьего курса в пятом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачётные единицы (72 часа).

Дисциплина предполагает изучение 10 тем.

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам. работа | вид контроля    |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|-------------|-----------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |             |                 |
| 1 | Очная          | 5       | 2                  | 72      | 36   | 14     | 22           |                    | 36          | Зачет с оценкой |
| 2 | Очно-заочная   | 6       | 2                  | 72      | 26   | 10     | 16           |                    | 46          | Зачет с оценкой |
| 3 | Заочная        | 5       | 1                  | 36      | 6  | 2      | 4            |                    | 30          |                 |
|   |                | 6       | 1                  | 36      | 4  |        |              |                    | 32          | Зачет с оценкой |

**1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:**

Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связи с общественностью).

**1.1. Цели освоения дисциплины:**

Формирование общепрофессиональных компетенций, позволяющих будущему специалисту по рекламе и связям с общественностью иметь представление о системе интегрированных коммуникаций, а также квалифицированно, грамотно и последовательно анализировать информацию и составлять PR-тексты, осуществлять коммуникационную работу в соответствии принципами, нормами и критериями деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью. Также ставится цель повысить уровень владения анализом и сформировать коммуникативную компетентность студентов, обеспечить и углубить знания о профессии, инструментах и средствах ее осуществления.

Также данная дисциплина направлена на составление представления у студентов о профессии специалиста по рекламе и связям с общественностью, ее появлении, формах, специфике в различных областях, анализе различных медиа-средств и некоторых аспектах производства коммуникационного продукта, что отражено в разделах изучения данной дисциплины. Указанные навыки являются необходимыми в информационную эпоху для специалистов по рекламе и связям с общественностью.

**1.2. Задачи дисциплины:**

- изучить понятие «интегрированных маркетинговых коммуникаций»;
- составить представление о комплексе ATL и BTL-коммуникаций;
- представить обзор основных средств и инструментов стимулирования сбыта, включая стимулирование торговых партнеров, посредников и конечных потребителей (включая основные виды стимулирования потребителей);
- составить общее представление о мерчандайзинге как комплексе инструментов и коммуникаций на местах продаж, его основных направлениях, видах;
- дать обзорное представление о событийном маркетинге и его месте в системе маркетинговых коммуникаций;
- обозначить специфику продакт-плейсмент, в том числе по сравнению с медийной рекламой.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

**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

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

| Формируемая компетенция   | Планируемые результаты обучения |   | Код результата обучения |
|---|---------------------------------|---|-------------------------|
| <b>ОПК-5</b><br>Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования | <b>Знать</b>                    | тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, влияющие на интегрированные коммуникации;   | ОПК-5 – 31              |
|   |                                 | политические и экономические механизмы функционирования, правовые и этические нормы регулирования региона, страны и мира, влияющие на интегрированные коммуникации;   | ОПК-5 – 32              |
|   | <b>Уметь</b>                    | выявлять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, влияющие на интегрированные коммуникации, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;                                      | ОПК-5– У1               |
|   |                                 | учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, влияющие на интегрированные коммуникации;   | ОПК-5– У2               |
|   | <b>Владеть</b>                  | навыками учета в профессиональной деятельности тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, влияющих на интегрированные коммуникации, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования | ОПК-5 – В1              |
|   |                                 | навыками стимулирования сбыта, включая стимулирование торговых партнеров, посредников и конечных потребителей (включая основные виды стимулирования потребителей);  | ОПК-5 – В2              |
| <b>ПК-2</b>   | <b>Знать</b>                    | основные маркетинговые инструменты в  | ПК-2 – 31               |

|  |                |   |           |
|--|----------------|---|-----------|
| Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта |                | интегрированных коммуникациях при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта   |           |
|  |                | знать основные технологии маркетинговых коммуникаций;   | ПК-2 – 32 |
|  | <b>Уметь</b>   | принимать участие в организации и выполнении маркетинговых исследований в интегрированных коммуникациях, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта | ПК-2 – У1 |
|  |                | применять средства программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления при разработке и реализации коммуникационного продукта;               | ПК-2 – У2 |
|  | <b>Владеть</b> | навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами в интегрированных коммуникациях.  | ПК-2 – В1 |
|  |                | навыками оценки эффективности интегрированных коммуникаций  | ПК-2 – В2 |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.О.26 Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связи с общественностью) является дисциплиной, входящей в обязательную часть Блока 1 учебного плана, изучается студентами третьего курса в 5 семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.**

Дисциплина предполагает изучение 7 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётные единицы (108 часов).

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам. работа | вид контроля    |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|-------------|-----------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |             |                 |
| 1 | Очная          | 5       | 3                  | 108     | 54   | 18     | 36           |                    | 54          | Зачет с оценкой |
| 2 | Очно-заочная   | 7       | 3                  | 108     | 38   | 12     | 26           |                    | 70          | Зачет с оценкой |
| 3 | Заочная        | 7       | 2                  | 72      | 8  | 2      | 6            |                    | 64          |                 |
|   |                | 8       | 1                  | 36      | 4  |        |              |                    | 32          | Зачет с оценкой |

### 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Внутрикорпоративные связи с общественностью.

#### 1.1. Цели освоения дисциплины:

Формирование общепрофессиональных и профессиональных компетенций, позволяющих будущему специалисту по рекламе и связям с общественностью иметь представление о корпоративных коммуникациях с внутренней аудиторией, а также квалифицированно, грамотно и последовательно осуществлять работу в соответствии принципами, нормами и критериями профессиональной деятельности.

Также ставится цель повысить уровень необходимых знаний о характере общественных отношений в корпоративной среде; заложить основы теоретических представлений об информационно-коммуникативной деятельности и практических навыках по созданию доверительных отношений, позитивного имиджа и благоприятного мнения о репутации организации среди сотрудников; вооружить методологией исследования теоретических проблем и практических задач в области связей с общественностью для достижения согласия и цивилизованных отношений между государством, бизнесом и гражданским обществом.

### **1.2. Задачи дисциплины:**

- освоить процесс разработки и применения технологий в связях с общественностью, в управлении общественным мнением в внутри организации.

- сформировать умения использовать соответствующие технологии в профессиональной сфере деятельности, необходимые для управления внутрикорпоративными коммуникациями.

- сформировать умения различать и определять эффективность применения в сложившейся профессиональной ситуации техник связей с общественностью внутри организации и составлять микс инновационных техник, присущих этому виду коммуникаций.

- изучить методы оценки эффективности работы в сложившейся профессиональной ситуации.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

## **2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.**

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

**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





|   |              |   |   |    |    |    |    |  |    |                 |
|---|--------------|---|---|----|----|----|----|--|----|-----------------|
| 1 | Очная        | 5 | 2 | 72 | 36 | 12 | 24 |  | 36 | Зачет с оценкой |
| 2 | Очно-заочная | 7 | 2 | 72 | 26 | 10 | 16 |  | 46 | Зачет с оценкой |
| 3 | Заочная      | 7 | 1 | 36 | 6  | 2  | 4  |  | 30 |                 |
|   |              | 8 | 1 | 36 | 4  |    |    |  | 32 | Зачет с оценкой |

## **1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:**

**Копирайтинг.**

### **1.1. Цель дисциплины**

Подготовить специалиста, знакомого с теорией копирайтинга и владеющего первичными практическими навыками работы с текстами коммерческих коммуникаций, а именно навыков сбора информации, разработки темы, написания различных видов рекламных текстов и текстов внутреннего сопровождения рекламной кампании.

### **1.2. Задачи дисциплины:**

- иметь представление о сущности копирайтинга, его месте и роли в системе рекламного бизнеса;
- определить основные категории, понятия, термины, которыми оперируют профессиональные копирайтеры;
- познакомиться с основными формами и типами рекламных текстов, законами их составления;
- сформировать представление о классификации стилей рекламных текстов и различных подходах, используемых при их создании;
- познакомиться с мировым и отечественным опытом работы в области копирайтинга, с перспективными тенденциями развития этой части рекламного дела.
- научиться анализировать рекламные тексты, появляющиеся в местных средствах массовой информации;
- сформировать навыки критического анализа рекламных кампаний, проходящих в регионе и научить особо выделять в них работу копирайтеров, ее сильные и слабые стороны;
- сформировать базовые практические навыки разработки вербальной части рекламных коммуникаций.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими 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

**ПК-3** Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта

| Формируемая компетенция   | Планируемые результаты обучения |   | Код результата обучения |
|---|---------------------------------|---|-------------------------|
| <b>ОПК-1</b><br>Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | <b>Знать</b>                    | - виды медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов в копирайтинге;   | ОПК-1 – 31              |
|   |                                 | - нормы русского и иностранного языков;   | ОПК-1 – 32              |
|   | <b>Уметь</b>                    | - создавать медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков в копирайтинге;   | ОПК-1 – У1              |
|   |                                 | - анализировать востребованные обществом особенности знаковых систем;   | ОПК-1 – У2              |
|   | <b>Владеть</b>                  | - навыками создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем в копирайтинге | ОПК-1 – В1              |
|   |                                 | -навыками сбора информации, разработки тем, написания различных видов рекламных текстов и текстов внутреннего сопровождения рекламной кампании.   | ОПК-1 – В2              |
| <b>ПК-3</b><br>Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта   | <b>Знать</b>                    | - правила создания текстов рекламы и связей с общественностью в копирайтинге с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта   | ПК-3 – 31               |
|   |                                 | -основные категории, понятия, термины, которыми оперируют профессиональные копирайтеры;   | ПК-3 – 32               |
|   | <b>Уметь</b>                    | -создавать информационные поводы в копирайтинге для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта   | ПК-3 – У1               |
|   |                                 | -анализировать рекламные тексты, появляющиеся в местных средствах массовой информации;  | ПК-3 – У2               |
|   | <b>Владеть</b>                  | -навыками создания копирайтинговых основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании.  | ПК-3 – В1               |
|   |                                 | -навыками разработки вербальной части рекламных коммуникаций.   | ПК-3 – В2               |

## 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.О.28 Копирайтинг является обязательной дисциплиной базовой части Блока 1 учебного плана, изучается студентами третьего курса в пятом-шестом семестрах очной формы обучения (полный срок обучения).

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.**

Дисциплина предполагает изучение 8 тем.

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

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам.работа | вид контроля |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|------------|--------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |            |              |
| 1 | Очная          | 5       | 3                  | 108     | 54   | 18     | 36           |                    | 54         | Зачет        |
|   |                | 6       | 3                  | 108     | 50   | 18     | 32           |                    | 31         | Экзамен      |
| 2 | Очно-заочная   | 7       | 3                  | 108     | 38   | 12     | 26           |                    | 70         | Зачет        |
|   |                | 8       | 3                  | 108     | 36   | 12     | 24           |                    | 45         | Экзамен      |
| 3 | Заочная        | 7       | 2                  | 72      | 8  | 2      | 6            |                    | 64         |              |
|   |                | 8       | 3                  | 108     | 16   | 4      | 12           |                    | 92         | Зачет        |
|   |                | 9       | 1                  | 36      | 9  |        |              |                    | 27         | Экзамен      |

**1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:**

Социология массовых коммуникаций.

**1.1. Цели освоения дисциплины:**

- понимание социологического подхода к деятельности СМК, как системы реально функционирующей в широком социальном контексте, включающим исторические модели организации СМК в национальных границах;
- изучение основных представителей о функционировании массовой коммуникации в обществе;
- получение системного комплекса знаний о существовании в современном обществе информационной индустрии как социального института;
- формирование представления о массовых коммуникациях как социальном институте, развитие которого тесно связано с развитием человеческой цивилизации, в частности, со сменой основных социо-, политических и экономических укладов, с технологическими и техническими революциями;
- изучение влияния СМК на индивида, социум, общественное мнение;
- изучение зависимостей между деятельностью средств массовой коммуникации в современном мире и деятельностью в сфере связей с общественностью;
- рассмотрение места социологических знаний об СМК в процессе принятия решения в сфере деятельности по связям с общественностью и рекламе.

**1.2. Задачи дисциплины:**

- знакомство с предметом, основными понятиями и теоретическими подходами социологии коммуникации и социологии массовых коммуникаций;
- формирование представлений о принципах функционирования институтов коммуникации в современном обществе;
- овладение навыками методов изучения коммуникативных процессов, определение их роли в социальных процессах и их влияния на различные социальные структуры;
- выявление внутренних сущностных и содержательных характеристик системы массовой коммуникации, социологических методов изучения данной деятельности;
- формирование в процессе обучения системного комплекса знаний изучаемой дисциплины.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

**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

| Формируемая компетенция  | Планируемые результаты обучения   |   | Код результата обучения |
|--|---|---|-------------------------|
| <b>ОПК-3</b><br>Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов | <b>Знать</b>  | - социологические основы достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов;                                      | ОПК-3 – 31              |
|  | <b>Уметь</b>  | - анализировать социологические основы достижения отечественной и мировой культуры;   | ОПК-3 – У1              |
|  |   | - использовать социологические навыки для анализа многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов; | ОПК-3 – У2              |
| <b>Владеть</b>   | - навыками использовать социологические инструменты для анализа многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; | ОПК-3 – В1  |                         |
| <b>ОПК-4</b><br>Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности  | <b>Знать</b>  | - социологические инструменты сбора информации по запросам и потребностям общества и аудитории в профессиональной деятельности;   | ОПК-4 – 31              |
|  | <b>Уметь</b>  | - выявлять запросы общества и аудитории в профессиональной деятельности с помощью социологических инструментов;   | ОПК-4 – У1              |
|  |   | - учитывать потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;   | ОПК-4 – У2              |
| <b>Владеть</b>   | - навыками отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности с применением социологических инструментов.   | ОПК-4 – В1  |                         |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.О.29 Социология массовых коммуникаций является обязательной дисциплиной, Блока 1 учебного плана, изучается студентами третьего курса в шестом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.

Дисциплина предполагает изучение 17 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачётных единиц (180 часов).

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам. работа | вид контроля |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|-------------|--------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |             |              |
| 1 | Очная          | 6       | 5                  | 180     | 86   | 38     | 48           |                    | 67          | экзамен      |
| 2 | Очно-заочная   | 8       | 5                  | 180     | 62   | 24     | 38           |                    | 91          | экзамен      |
| 3 | Заочная        | 7       | 4                  | 144     | 16   | 6      | 10           |                    | 128         |              |
|   |                | 8       | 1                  | 36      | 9  |        |              |                    | 27          | экзамен      |

### 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Основы проектной деятельности.

#### 1.1. Цели освоения дисциплины:

- отработка навыков научно-исследовательской, аналитической и проектной работы.

- выделение основных этапов создания проекта

- представления о научных методах, используемых при создании проекта

- изучение способов анализа и обобщения полученной информации;

- получение представления об обще логических методах и научных подходах;

-получение представления о процедуре защиты индивидуального проекта

#### 1.2. Задачи дисциплины:

- проанализировать основные закономерности и тенденции развития проектной деятельности в рекламе и связях с общественностью;

- изучить культурно-исторические и коммуникативные основы разработки и реализации проектов в области рекламы и связей с общественностью;

- проанализировать опыт реализации коммуникативных проектов в России и за рубежом.

- овладеть основными методами разработки коммуникативных проектов.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование

информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

**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;

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

**ПК-1** Способен участвовать в осуществлении проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами.

| Формируемая компетенция  | Планируемые результаты обучения |  | Код результата обучения |
|--|---------------------------------|--|-------------------------|
| <b>УК-2</b><br>Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений. | <b>Знать</b>                    | круг задач в рамках поставленной цели в коммуникационном проекте;  | УК-2 – 31               |
|  |                                 | оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений в проекте;                    | УК-2 – 32               |
|  | <b>Уметь</b>                    | определять круг задач в рамках поставленной цели в проекте;  | УК-2 – У1               |
|  |                                 | предлагать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений в проекте;         | УК-2 – У2               |
|  | <b>Владеть</b>                  | навыками определять круг задач в рамках поставленной цели  | УК-2 – В1               |
|  |                                 | навыками выбирать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений в проекте.  | УК-2 – В2               |
| <b>ОПК-7</b><br>Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности  | <b>Знать</b>                    | возможные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в результате реализации проекта;                                   | ОПК-7 – 31              |
|  |                                 | принципы создания социальной ответственности в процессе реализации проекта;  | ОПК-7 – 32              |
|  | <b>Уметь</b>                    | прогнозировать эффекты своей профессиональной деятельности в проектной деятельности;   | ОПК-7 – У1              |
|  |                                 | оценивать последствия своей профессиональной деятельности в процессе реализации проекта;   | ОПК-7 – У2              |
|  | <b>Владеть</b>                  | навыками учета эффективности своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности в проектной деятельности | ОПК-7 – В1              |
|  |                                 | навыками применения принципов социальной ответственности в своей профессиональной деятельности в процессе реализации проекта;          | ОПК-7 – В2              |
| <b>ПК-1</b><br>Способен участвовать в осуществлении проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными                                       | <b>Знать</b>                    | типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью   | ПК-1 – 31               |
|  |                                 | культурно-исторические и коммуникативные основы разработки и реализации проектов в области рекламы и связей с общественностью;         | ПК-1 – 32               |
|  | <b>Уметь</b>                    | готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью                                  | ПК-1 – У1               |

|                               |                |   |           |
|-------------------------------|----------------|---|-----------|
| проблемами, целями и задачами |                | применять научные методы, используемые при создании проекта   | ПК-1 – У2 |
|                               | <b>Владеть</b> | навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта в проекте. | ПК-1 – В1 |
|                               |                | основными методами разработки коммуникативных проектов.   | ПК-1 – В2 |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.О.30 Основы проектной деятельности является дисциплиной обязательной части Блока 1 учебного плана, изучается студентами третьего курса в шестом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

### 4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.

Дисциплина предполагает изучение 7 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы (144 часа).

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам. работа | вид контроля    |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|-------------|-----------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |             |                 |
| 1 | Очная          | 6       | 4                  | 144     | 72   | 24     | 48           | 2                  | 72          | Зачет с оценкой |
| 2 | Очно-заочная   | 8       | 4                  | 144     | 54   | 18     | 36           | 2                  | 90          | Зачет с оценкой |
| 3 | Заочная        | 7       | 3                  | 108     | 12   | 4      | 8            |                    | 96          |                 |
|   |                | 8       | 1                  | 36      | 6  |        |              | 2                  | 30          | Зачет с оценкой |

### 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Медиаанализ и медиапланирование.

#### 1.1. Цель дисциплины

Знакомство студентов с основными понятиями медиапланирования и формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки медиапланов рекламных и PR-кампаний. Изучение учебной дисциплины будет способствовать становлению профессиональной подготовки и качеств, способности и готовности, прежде всего, к профессиональному пониманию терминологии и характеристик, применяемых при планировании рекламной компании в СМИ; правильной оценке целевой аудитории рекламного сообщения; профессиональному выбору методов и каналов рекламной коммуникации.

#### 1.2. Задачи дисциплины:

- освоение теоретических и практических аспектов медиапланирования;
- изучение основных функций и принципов формирования медиаплана;
- получение навыков проведения аналитической деятельности в области медиаисследований и медиаизмерений;

- получение системного представления о концепциях оценки эффективности рекламы;
- изучение технологии оценки эффективности рекламы;
- освоение методов разработки медиаплана.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

| Формируемая компетенция   | Планируемые результаты обучения |   | Код результата обучения |
|---|---------------------------------|---|-------------------------|
| <b>ОПК-5</b><br>Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования | <b>Знать</b>                    | тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира и их влияние на процесс медиаметрии и медиапланирования;   | ОПК-5 – 31              |
|   |                                 | политические и экономические механизмы функционирования региона, страны и мира и их влияние на процесс медиаметрии и медиапланирования;   | ОПК-5 – 32              |
|   | <b>Уметь</b>                    | осуществлять медиаанализ, выявлять тенденции медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования и степень их влияния на медиапланирование; | ОПК-5 – У1              |
|   |                                 | учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира и их влияние на медиапланирование;   | ОПК-5 – У2              |
|   | <b>Владеть</b>                  | навыками анализа тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и  | ОПК-5 – В1              |



|   |                |   |            |
|---|----------------|---|------------|
|   |                | этических норм регулирования и их влияние на медиапланирование                              |            |
|   |                | навыками проведения аналитической деятельности в области медиаисследований и медиаизмерений | ОПК-5 – В2 |
| <b>ОПК-7</b><br>Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности | <b>Знать</b>   | возможные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности;                        | ОПК-7 – 31 |
|   |                | принципы создания социальной ответственности;   | ОПК-7 – 32 |
|   | <b>Уметь</b>   | прогнозировать эффекты своей профессиональной деятельности;                                 | ОПК-7 – У1 |
|   |                | оценивать последствия своей профессиональной деятельности;                                  | ОПК-7 – У2 |
|   | <b>Владеть</b> | методами разработки медиаплана  | ОПК-7 – В1 |
|   |                | навыками профессионального выбора методов и каналов рекламной коммуникации.                 | ОПК-7 – В2 |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.О.31 Медиаанализ и медиапланирование является дисциплиной обязательной части Блока 1 учебного плана, изучается студентами четвертого курса в седьмом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.**

Дисциплина предполагает изучение 7 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачётные единицы (72 часа).

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              | сам. работа | вид контроля    |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|-------------|-----------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ |             |                 |
| 1 | Очная          | 7       | 2                  | 72      | 36   | 12     | 24           | 36          | Зачет с оценкой |
| 2 | Очно-заочная   | 9       | 2                  | 72      | 26   | 10     | 16           | 46          | Зачет с оценкой |
| 3 | Заочная        | 8       | 1                  | 36      | 6  | 2      | 4            | 30          |                 |
|   |                | 9       | 1                  | 36      | 4  |        |              | 32          | Зачет с оценкой |

### 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Основы управления общественным мнением.

#### 1.1. Цели совения дисциплины:

Подготовить специалиста, знакомого с основами управления общественным мнением и владеющего первичными практическими навыками управления общественным мнением, а именно навыками сбора информации, освоение студентами основных теоретических и практических аспектов использования технологий управления общественным мнением.

В результате изучения курса по предлагаемой программе студенты должны усвоить

современные теоретические концептуальные представления о сущности управления общественным мнением, основные методы и приемы, используемые в практике управления общественным мнением, а также овладеть современными технологиями подготовки, планирования и применения комплексных методик в сфере организации информационных кампаний.

### **1.2. Задачи дисциплины:**

В результате освоения дисциплины студент должен:

- освоить процесс разработки и применения технологий в связях с общественностью, в управлении общественным мнением.
- сформировать умения использовать соответствующие технологии в профессиональной сфере деятельности, необходимые для управления общественным мнением.
- сформировать умения различать и определять эффективность применения в сложившейся профессиональной ситуации техник связей с общественностью в управлении общественным мнением.
- изучить методы оценки эффективности работы в сложившейся профессиональной ситуации.
  - Формирование запросов для получения недостающей информации;
  - Регулярное обновление (актуализация) информации в базах данных;
  - Мониторинг новостных лент, форумов, социальных сетей, рассылок;
  - Контроль соблюдения стандартов отрасли для специализированных и отраслевых сайтов, установленных законодательством Российской Федерации, локальными актами организации;
  - Мониторинг и оценка результатов выполнения работ, формулирование замечаний;
  - Общая оценка значимости и приоритетности получаемой информации.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

## **2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.**

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

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

| Формируемая компетенция  | Планируемые результаты обучения |  | Код результата обучения |
|--|---------------------------------|--|-------------------------|
|  |                                 |  |                         |
| <b>ОПК-4</b><br>Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.                           | <b>Знать</b>                    | основы управления общественным мнением   | ОПК-4 – 31              |
|  |                                 | запросы и потребности общественного мнения в профессиональной деятельности;  | ОПК-4 – 32              |
|  | <b>Уметь</b>                    | выявлять запросы общественного мнения в профессиональной деятельности;   | ОПК-4 – У1              |
|  |                                 | учитывать потребности общественного мнения в профессиональной деятельности;  | ОПК-4 – У2              |
|  | <b>Владеть</b>                  | современными методами изучения общественного мнения.   | ОПК-4 – В1              |
|  |                                 | навыками использования соответствующих технологий в профессиональной сфере деятельности, необходимыми для управления общественным мнением.                         | ОПК-4 – В2              |
| <b>ОПК-7</b><br>Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности. | <b>Знать</b>                    | возможные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности при воздействии на общественное мнение;  | ОПК-7 – 31              |
|  |                                 | принципы создания социальной ответственности при работе с общественным мнением;  | ОПК-7 – 32              |
|  | <b>Уметь</b>                    | прогнозировать эффекты своей профессиональной деятельности при работе с общественным мнением;  | ОПК-7 – У1              |
|  |                                 | оценивать последствия своей профессиональной деятельности при работе с общественным мнением;   | ОПК-7 – У2              |
|  | <b>Владеть</b>                  | -современными технологиями подготовки, планирования и применения комплексных методик в сфере организации информационных кампаний и управления общественным мнением | ОПК-7 – В1              |
|  |                                 | -навыками определения эффективности применения в сложившейся профессиональной ситуации техник связей с общественностью в управлении общественным мнением.          | ОПК-7 – В2              |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.О.32 Основы управления общественным мнением является обязательной дисциплиной базовой части Блока 1 учебного плана, изучается студентами четвертого курса в седьмом-восьмом семестрах очной формы обучения (полный срок обучения).

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.**

Дисциплина предполагает изучение 9 тем.

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

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам.работа | вид контроля |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|------------|--------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |            |              |
| 1 | Очная          | 7       | 3                  | 108     | 54   | 20     | 34           |                    | 54         | Зачет        |

|   |              |    |   |     |    |    |    |  |     |         |
|---|--------------|----|---|-----|----|----|----|--|-----|---------|
|   |              | 8  | 3 | 108 | 54 | 24 | 30 |  | 27  | Экзамен |
| 2 | Очно-заочная | 9  | 3 | 108 | 38 | 12 | 26 |  | 70  | Зачет   |
|   |              | 10 | 3 | 108 | 36 | 12 | 24 |  | 45  | Экзамен |
| 3 | Заочная      | 9  | 5 | 180 | 20 | 8  | 12 |  | 160 |         |
|   |              | 10 | 1 | 36  | 9  |    |    |  | 27  | Экзамен |

## **1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:**

Введение в современную коммуникацию.

### **1.1. Цели освоения дисциплины:**

- систематизированное изложение основ теории коммуникации в широком научном контексте,
- освоение студентами базового научного аппарата современной коммуникативистики, методов исследования коммуникации;
- знакомство с основными уровнями современной коммуникации, спецификой коммуникаций в различных сферах социальной жизни;
- выработка у студентов умений и навыков эффективного взаимодействия, определяющих высокий уровень коммуникативной компетентности в сферах профессионально ориентированной и бытовой коммуникации.

### **1.2. Задачи дисциплины:**

- развитие интереса к будущей профессии;
- получение системного представления об истории рекламы и PR, основных персоналиях, организациях, кампаниях, сыгравших выдающуюся роль в становлении этой области профессиональной деятельности;
- получение системного представления о современном состоянии отрасли «Реклама и связи с общественностью»: основных специальностях, технологиях, организационной структуре, направлениях и объёмах деятельности, роли новых медиа в современной практике PR и рекламы;
- формирование базовых представлений об этике профессиональной деятельности в данной отрасли.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

## **2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.**

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

**ПК-1** Способен участвовать в осуществлении проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами

| Формируемая компетенция   | Планируемые результаты обучения |   | Код результата обучения |
|---|---------------------------------|---|-------------------------|
|   | Знать                           | Уметь   |                         |
| ПК-1<br>Способен участвовать в осуществлении проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами | Знать                           | типичные алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью;  | ПК-1 – 31               |
|   |                                 | прикладной характер современной коммуникации  | ПК-1 – 32               |
|   | Уметь                           | готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью;                              | ПК-1 – У1               |
|   |                                 | ориентироваться в коммуникационных потоках, службах, системах;  | ПК-1 – У2               |
|   | Владеть                         | навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта. | ПК-1 – В1               |
| основными методами преодоления коммуникационных барьеров в условиях устной, документальной и электронной коммуникации;  |                                 | ПК-1 – В2   |                         |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.В.01 Введение в современную коммуникацию является дисциплиной, входящей в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана, изучается студентами первого курса в 1 семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.

Дисциплина предполагает изучение 10 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачётные единицы (72 часа).

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам. работа | вид контроля    |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|-------------|-----------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |             |                 |
| 1 | Очная          | 1       | 2                  | 72      | 36   | 16     | 20           |                    | 36          | Зачет с оценкой |
| 2 | Очно-заочная   | 1       | 2                  | 72      | 26   | 10     | 16           |                    | 46          | Зачет с оценкой |
| 3 | Заочная        | 1       | 1                  | 36      | 6  | 2      | 4            |                    | 30          |                 |
|   |                | 1       | 1                  | 36      | 4  |        |              |                    | 32          | Зачет с оценкой |

### 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Математические методы в рекламе и связях с общественностью.

#### 1.1. Цели освоения дисциплины:

- воспитание достаточно высокой математической культуры;
- обучение студентов основам математических методов;
- привитие навыков использования математических методов количественного анализа и основ математического моделирования в практической деятельности;

- развитие системного мышления слушателей путем детального анализа подходов к математическому моделированию и сравнительного анализа разных типов моделей;
- развитие у студентов современных видов математического мышления.

### 1.2. Задачи дисциплины:

- обучение построению математической модели практических задач и выбору адекватного математического аппарата;
- развитие умения составить план решения и реализовать его, используя выбранные математические методы;
- развитие умения анализа и практической интерпретации полученных математических результатов;
- изучение математических свойств моделей и методов оптимизации, которые могут использоваться при анализе и решении широкого спектра задач;
- выработка умения пользоваться разного рода справочными материалами и пособиями, самостоятельно расширяя математические знания, необходимые для решения практических задач.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

| Формируемая компетенция   | Планируемые результаты обучения |   | Код результата обучения |
|---|---------------------------------|---|-------------------------|
| <b>УК-1</b><br>способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач | <b>Знать</b>                    | способы и методы формулировки математических задач в профессиональной деятельности  | УК-1 – 31               |
|   |                                 | способы их реализации на компьютерах с учетом требований информационной безопасности  | УК-1 – 32               |
|   | <b>Уметь</b>                    | применять знания основных положений математики в рекламной деятельности   | УК-1 – У1               |
|   |                                 | применять знания основных положений математики, информатики в профессиональной деятельности с учетом основных требований информационной безопасности. | УК-1 – У2               |
|   | <b>Владеть</b>                  | навыками математической постановки общепрофессиональных задач и их решения математическими методами   | УК-1– В1                |
|   |                                 | навыками использования прикладных программ для поиска научной информации в компьютерных сетях с   | УК-1– В2                |

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  | учетом основных требований информационной безопасности |  |
|--|--|--|--|

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.В.02 «Математические методы в рекламе и связях с общественностью» является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана и изучается обучающимися первого курса в первом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

### 4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.

Дисциплина предполагает изучение 8 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётные единицы (108 часов)

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              | сам. работа | вид контроля |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|-------------|--------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ |             |              |
| 1 | Очная          | 1       | 3                  | 108     | 54   | 10     | 44           | 27          | экзамен      |
| 2 | Очно-заочная   | 1       | 3                  | 108     | 30   | 8      | 22           | 51          | экзамен      |
| 3 | Заочная        | 2       | 2                  | 72      | 8  | 2      | 6            | 64          |              |
|   |                | 3       | 1                  | 36      | 9  |        |              | 27          | Экзамен      |

### 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Методы научных исследований.

#### 1.1. Цели освоения дисциплины:

- формирование у студентов навыков научного мышления, передача знаний о методах ведения и способах оформления результатов научных исследований.
- ознакомление с историей развития научного познания, развитием эмпирического и теоретического типов научного мышления;
- освоение методики планирования и проведения научного исследования;
- практическая реализация полученных знаний посредством оформления результатов научно-исследовательской работы.

#### 1.2. Задачи дисциплины:

- развитие личности обучающегося, формирование универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, способствующих самореализации в избранной области профессиональной деятельности;
- углубление мировоззренческой культуры обучающихся для формирования и совершенствования профессиональных качеств;
- повышение уровня философско-методологической культуры в целях выполнения профессиональных задач, развить навыки самостоятельного образования в области научных исследований в коммуникационных дисциплинах;
- усовершенствование имеющихся у обучающихся исследовательских качеств, развитие способности к самостоятельной научной работе с применением знаний, умений и навыков, полученных ранее;
- формирование умения творчески применять науковедческие и методологические знания в профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью;

- реализация воспитательного потенциала дисциплины, способствование формированию и развитию нравственных качеств ученого, способного противостоять негативным проявлениям в современном обществе.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

**ПК-1** Способен участвовать в осуществлении проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами

| Формируемая компетенция  | Планируемые результаты обучения |  | Код результата обучения |
|--|---------------------------------|--|-------------------------|
| <b>УК-1</b><br>Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач                                      | <b>Знать</b>                    | способы поиска, критического анализа и синтеза информации  | УК-1 – 31               |
|  |                                 | принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач.   | УК-1 – 32               |
|  | <b>Уметь</b>                    | обосновать и сформулировать научную проблему, научную гипотезу, цели и задачи исследования, план и программу исследования; организовать научное исследование | УК-1 – У1               |
|  |                                 | осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач  | УК-1 – У2               |
|  | <b>Владеть</b>                  | навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками;  | УК-1 – В1               |
|  |                                 | приемами выбора (разработки) технологии научного исследования; оформления отчета о научном исследовании  | УК-1 – В2               |
| <b>ПК-1</b><br>Способен участвовать в осуществлении проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами | <b>Знать</b>                    | типичные алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью и методы их обоснования с позиции науки;                                   | ПК-1 – 31               |
|  |                                 | историю развития научного познания, развитием эмпирического и теоретического типов научного мышления;  | ПК-1 – 32               |
|  | <b>Уметь</b>                    | готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью с позиции науки;                                       | ПК-1 – У1               |
|  |                                 | планировать и проводить научные исследования;  | ПК-1 – У2               |



|  |                |  |           |
|--|----------------|--|-----------|
|  | <b>Владеть</b> | навыками работы с различными массивами информации в профессиональной деятельности;                       | ПК-1 – В1 |
|  |                | навыками планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта с позиции науки. | ПК-1 – В2 |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.В.03 «Методы научных исследований» является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана и изучается обучающимися первого курса во втором семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

### 4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.

Дисциплина предполагает изучение 8 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачётные единицы (72 часа)

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам. работа | вид контроля    |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|-------------|-----------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |             |                 |
| 1 | Очная          | 2       | 2                  | 72      | 36   | 10     | 26           |                    | 36          | зачет с оценкой |
| 2 | Очно-заочная   | 2       | 2                  | 72      | 28   | 10     | 18           |                    | 44          | зачет с оценкой |
| 3 | Заочная        | 2       | 1                  | 36      | 4  | 2      | 2            |                    | 32          |                 |
|   |                | 3       | 1                  | 36      | 4  |        |              |                    | 32          | зачет с оценкой |

## 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Психология массовых коммуникаций.

### 1.1. Цели освоения дисциплины:

Ознакомление студентов с социально-психологическими исследованиями СМИ, приобретающими особое значение в эпоху бурного развития информационных технологий.

Предметом курса «Психология массовых коммуникаций» выступают закономерности влияния средств массовой коммуникации на представления, эмоции и поведение людей. В рамках курса рассматривается специфика и каналы массовой коммуникации, теоретические подходы к ее изучению и методы ее исследования, специфика информирования и убеждения в СМК, влияние МК на формирование образа мира, а также направление влияния СМК в отдельных областях (поведении индивида, межгрупповых отношениях, массовых процессах).

### 1.2. Задачи дисциплины:

- Ознакомление с предметом социальной психологии, частью которой является психология массовых коммуникаций;
- Ознакомление с сущностью психологии коммуникации на межличностном уровне, в группе и в масштабе общества;

- Формирование умения эффективно использовать знания методов коммуникативного воздействия;
- Выработка понимания принципов эффективности коммуникативного взаимодействия, учета коммуникативных барьеров;
- Ознакомление с эффектами воздействия средств массовой информации и коммуникации на аудиторию.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

**ПК-4** Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

| Формируемая компетенция  | Планируемые результаты обучения |  | Код результата обучения |
|--|---------------------------------|--|-------------------------|
| <b>УК-3</b><br>Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | <b>Знать</b>                    | способы осуществления социального взаимодействия в команде и их психологические основы;  | УК-3– 31                |
|  |                                 | виды ролей в команде с позиции психологии;   | УК-3– 32                |
|  | <b>Уметь</b>                    | определять свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели с позиции психологии;                 | УК-3– У1                |
|  |                                 | при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывать особенности поведения и интересы других участников с позиции психологии;                    | УК-3– У2                |
|  |                                 | анализировать возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строить продуктивное взаимодействие с учетом этого с позиции психологии; | УК-3– У3                |
|  |                                 | осуществлять обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды с позиции психологии;  | УК-3– У4                |
|  |                                 | оценивать идеи других членов команды для достижения поставленной цели с позиции психологии;  | УК-3– У5                |
|  |                                 | соблюдать нормы и установленные правила командной работы с позиции психологии;   | УК-3– У6                |

|  |                |   |           |
|--|----------------|---|-----------|
|  |                | нести личную ответственность за результат с учетом психологических особенностей;  | УК-3– У7  |
|  | <b>Владеть</b> | навыками осуществлять социальное взаимодействие и реализовать свою роль в команде с учетом психологических особенностей.  | УК-3 – В1 |
| <b>ПК-4</b><br>Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий | <b>Знать</b>   | функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью с учетом психологических особенностей; | ПК-4 – 31 |
|  |                | разнообразные методы психологических исследований в области СМИ различной направленности;   | ПК-4 – 32 |
|  |                | особенности психологических измерений медиакоммуникаций в коммерческой сфере;   | ПК-4 – 33 |
|  | <b>Уметь</b>   | осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии с учетом психологических особенностей аудитории;   | ПК-4 – У1 |
|  |                | организовать маркетинговое исследование в области СМИ в рамках бизнес-проекта с учетом психологических особенностей аудитории;  | ПК-4 – У2 |
|  |                | разработать маркетинговую бизнес-стратегию различной бизнес-направленности для продукции СМИ с учетом психологических особенностей аудитории;   | ПК-4 – У3 |
|  | <b>Владеть</b> | навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций с учетом психологических особенностей;   | ПК-4 – В1 |
|  |                | навыками организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ;   | ПК-4 – В2 |
|  |                | навыками осуществления контроля и проведения оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ с учетом психологических особенностей аудитории.  | ПК-4 – В3 |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.В.04 Психология массовых коммуникаций является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана, изучается студентами второго курса в третьем семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.**

Дисциплина предполагает изучение 19 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачётных единиц (180 часов).

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам. работа | вид контроля |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|-------------|--------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |             |              |
| 1 | Очная          | 3       | 5                  | 180     | 90   | 38     | 52           |                    | 63          | экзамен      |
| 2 | Очно-заочная   | 4       | 5                  | 180     | 62   | 24     | 38           |                    | 91          | экзамен      |

|   |         |   |   |     |    |   |   |  |     |         |
|---|---------|---|---|-----|----|---|---|--|-----|---------|
| 3 | Заочная | 4 | 4 | 144 | 14 | 6 | 8 |  | 130 |         |
|   |         | 5 | 1 | 36  | 9  |   |   |  | 27  | экзамен |

## 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Реклама в коммуникационном процессе.

### 1.1. Цели освоения дисциплины:

Формирование компетенций, позволяющих будущему специалисту по рекламе и связям с общественностью иметь представление об основах рекламной деятельности, а также квалифицированно, грамотно и последовательно осуществлять работу в соответствии принципами, нормами и критериями профессиональной деятельности.

Также ставится цель повысить уровень необходимых знаний о характере общественных отношений в профессиональной среде; укрепить знания теоретических представлений о деятельности в рекламной деятельности, а также практических навыков по работе в сфере профессиональной деятельности; вооружить методологией решения практических задач в области рекламы.

### 1.2. Задачи дисциплины:

- освоить основы применения технологий рекламы.
- сформировать умения использовать соответствующие технологии в профессиональной сфере деятельности, необходимые для управления рекламой.
- сформировать умения различать и определять эффективность применения в сложившейся профессиональной ситуации рекламы, применительно к конкретной ситуации.
- изучить методы оценки эффективности работы в сложившейся профессиональной ситуации.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен овладеть следующими компетенциями:

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

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

| Формируемая компетенция  | Планируемые результаты обучения |  | Код результата обучения |
|--|---------------------------------|--|-------------------------|
| <b>УК-4</b><br>Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | <b>Знать</b>                    | -характерные черты деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) в рекламной коммуникации;                     | УК-4 – 31               |
|  |                                 | -стили общения на русском языке и иностранном(ых) языке(ах) в рекламной коммуникации;  | УК-4 – 32               |
|  |                                 | -особенности стилистики официальных и неофициальных писем в рекламной коммуникации;  | УК-4 – 33               |
|  | <b>Уметь</b>                    | -выбирать стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства в рекламной коммуникации;   | УК-4 – У1               |
|  |                                 | -адаптировать речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия в рекламной коммуникации;   | УК-4 – У2               |
|  |                                 | -вести деловую переписку на русском языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем в рекламной коммуникации;   | УК-4 – У3               |
|  |                                 | -вести деловую переписку на иностранном(ых) языке(ах) с учетом особенностей стилистики официальных писем и социокультурных различий в рекламной коммуникации;                                | УК-4 – У4               |
|  |                                 | -выполнять для личных целей перевод официальных и профессиональных текстов с иностранного языка на русский, с русского языка на иностранный (ые) и использовать их в рекламной коммуникации; | УК-4 – У5               |
|  | <b>Владеть</b>                  | - навыками публично выступать на русском языке, строить свое выступление с учетом аудитории и цели общения в рекламной коммуникации;   | УК-4 – В1               |
|  |                                 | - навыками устно представлять результаты своей деятельности на иностранном(ых) языке(ах), поддерживать разговор в ходе совместного обсуждения в рекламной коммуникации.                      | УК-4 – В2               |
| <b>ПК-2</b><br>Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта                          | <b>Знать</b>                    | - основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта рекламной коммуникации;   | ПК-2 – 31               |
|  | <b>Уметь</b>                    | - принимать участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта рекламной коммуникации;                        | ПК-2 – У1               |
|  | <b>Владеть</b>                  | - навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами в рекламной коммуникации.  | ПК-2 – В1               |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.В.05 Реклама в коммуникационном процессе является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана, изучается студентами второго курса в третьем семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.**

Дисциплина предполагает изучение 9 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачётные единицы (72 часа).

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам. работа | вид контроля    |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|-------------|-----------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |             |                 |
| 1 | Очная          | 3       | 2                  | 72      | 36   | 10     | 26           |                    | 36          | зачет с оценкой |
| 2 | Очно-заочная   | 3       | 2                  | 72      | 26   | 10     | 16           |                    | 46          | зачет с оценкой |
| 3 | Заочная        | 4       | 1                  | 36      | 6  | 2      | 4            |                    | 30          |                 |
|   |                | 5       | 1                  | 36      | 4  |        |              |                    | 32          | зачет с оценкой |

## 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Иностранный язык в профессиональной сфере.

### 1.1. Цели освоения дисциплины:

Является практическое формирование языковой компетенции выпускников, т.е. обеспечение уровня знаний и умений, который позволит пользоваться иностранным языком в различных областях профессиональной деятельности, научной и практической работе, в общении с зарубежными партнерами, для самообразовательных и других целей. Наряду с практической целью, курс реализует образовательные и воспитательные цели, способствуя расширению кругозора студентов, повышению их общей культуры и образования, а также культуры мышления и повседневного и профессионального общения, воспитанию терпимости и уважения к духовным ценностям народов других стран.

### 1.2. Задачи дисциплины:

Развитие и закрепление иноязычные речевые умения устного и письменного общения, такие как чтение и перевод оригинальной литературы разных функциональных стилей и жанров, умение принимать участие в беседе профессионального характера, выражать обширный реестр коммуникативных намерений, владеть основными видами монологического высказывания, соблюдая правила речевого этикета, владеть основными видами делового письма.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен овладеть следующими компетенциями:

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

**ПК-4** Способен участвовать в реализации коммуникационных компаний, проектов и мероприятий.

| Формируемая компетенция  | Планируемые результаты обучения |  | Код результата обучения |
|--|---------------------------------|--|-------------------------|
| <b>УК-4</b><br>Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | <b>Знать</b>                    | общую, деловую и профессиональную лексику иностранного языка в объеме, необходимом для общения, чтения и перевода (со словарем) иноязычных текстов профессиональной направленности;                            | УК-4 – 31               |
|  |                                 | основные грамматические структуры литературного и разговорного языка.  | УК-4 – 32               |
|  | <b>Уметь</b>                    | воспринимать, анализировать, передавать и обобщать информацию в устной форме на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия в профессиональной деятельности; | УК-4 – У1               |
|  |                                 | составлять деловые письма применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетентности.  | УК-4 – У2               |
|  | <b>Владеть</b>                  | навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном, деловом и профессиональном общении на иностранном языке;   | УК-4 – В1               |
|  |                                 | навыками речевой деятельности (чтение, письмо, говорение, аудирование) на иностранном языке.   | УК-4 – В2               |
| <b>ПК-4</b><br>Способен участвовать в реализации коммуникационных компаний, проектов и мероприятий   | <b>Знать</b>                    | основные грамматические формы и конструкции, используемые при осуществлении устной и письменной коммуникации;  | ПК-4 – 31               |
|  |                                 | основные стилистические приемы формирования устных и письменных иноязычных высказываний в процессе академического и профессионального общения.   | ПК-4 – 32               |
|  | <b>Уметь</b>                    | участвовать в диалогическом общении в рамках изучаемых тем, связанных с профессиональной деятельностью;  | ПК-4 – У1               |
|  |                                 | точно передавать содержание иноязычного текста на русском языке по тематике, связанной с направлением подготовки, в письменном виде, соблюдая его стилистический регистр.                                      | ПК-4 – У2               |
|  | <b>Владеть</b>                  | навыками организации языкового материала в рамках профессиональной коммуникации;   | ПК-4 – В1               |
|  |                                 | навыками представления информации на изучаемом языке с соблюдением норм профессионального взаимодействия, учитывая особенности ситуации общения.   | ПК-4 – В2               |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.В.06 «Иностранный язык в профессиональной сфере» является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана и

изучается студентами второго, третьего и четвертого курса в третьем, четвертом, пятом, шестом и седьмом семестрах очной формы обучения (полный срок обучения).

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.**

Дисциплина предполагает изучение 23 разделов.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 26 зачётных единиц (936 часов)

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам. работа | Вид контроля    |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|-------------|-----------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | Всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |             |                 |
| 1 | Очная          | 3       | 5                  | 180     | 90   |        | 90           |                    | 90          | зачет           |
|   |                | 4       | 5                  | 180     | 90   |        | 90           |                    | 90          | зачет с оценкой |
|   |                | 5       | 5                  | 180     | 90   |        | 90           |                    | 90          | зачет           |
|   |                | 6       | 5                  | 180     | 90   |        | 90           |                    | 90          | зачет с оценкой |
|   |                | 7       | 6                  | 216     | 108  |        | 108          |                    | 81          | экзамен         |
| 2 | Очно-заочная   | 3       | 5                  | 180     | 64   |        | 64           |                    | 116         | зачет           |
|   |                | 4       | 5                  | 180     | 64   |        | 64           |                    | 116         | зачет с оценкой |
|   |                | 5       | 5                  | 180     | 64   |        | 64           |                    | 116         | зачет           |
|   |                | 6       | 5                  | 180     | 64   |        | 64           |                    | 116         | зачет с оценкой |
|   |                | 7       | 6                  | 216     | 80   |        | 80           |                    | 109         | экзамен         |
| 3 | Заочная        | 3       | 5                  | 180     | 16   |        | 16           |                    | 164         |                 |
|   |                | 4       | 5                  | 180     | 18   |        | 18           |                    | 162         | зачет           |
|   |                | 5       | 5                  | 180     | 18   |        | 18           |                    | 162         | зачет           |
|   |                | 6       | 5                  | 180     | 18   |        | 18           |                    | 162         | зачет с оценкой |
|   |                | 7       | 5                  | 180     | 16   |        | 16           |                    | 164         |                 |
|   |                | 8       | 1                  | 36      | 9  |        |              |                    | 27          | экзамен         |

## 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Деловое общение.

### 1.1. Цели освоения дисциплины:

Получение студентами системы теоретических и практических знаний, умений и навыков делового общения в сфере рекламы и связей с общественностью.

### 1.2. Задачи дисциплины:

- дать теоретические и практические знания о структуре и видах делового общения;
- овладеть знаниями в проблемах делового и профессионального общения;
- овладеть навыками решения социально-психологических проблем, как на уровне личности, так и социальной группы (коллектива).

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской



Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен овладеть следующими компетенциями:

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

**ПК-4** Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

| Формируемая компетенция  | Планируемые результаты обучения |   | Код результата обучения |
|--|---------------------------------|---|-------------------------|
| <b>УК-4</b><br>Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | <b>Знать</b>                    | -характерные черты деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);   | УК-4– 31                |
|  |                                 | -стили общения на русском языке и иностранном(ых) языке(ах);  | УК-4 – 32               |
|  | <b>Уметь</b>                    | -выбирать стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства;   | УК-4 – У1               |
|  |                                 | -адаптировать речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия;   | УК-4 – У2               |
|  | <b>Владеть</b>                  | -навыками публично выступать на русском языке, строить свое выступление с учетом аудитории и цели общения;  | УК-4 – В1               |
|  |                                 | - навыками устно представлять результаты своей деятельности на иностранном(ых) языке(ах), поддержать разговор в ходе совместного обсуждения.  | УК-4 – В2               |
| <b>ПК-4</b><br>Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий   | <b>Знать</b>                    | -функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;              | ПК-4 – 31               |
|  |                                 | -социальные феномены, категории, методы изучения и описания социальных явлений; основные механизмы социального взаимодействия   | ПК-4 – 32               |
|  | <b>Уметь</b>                    | - осуществлять деловое общение в рамках реализации коммуникационной стратегии;  | ПК-4 – У1               |
|  |                                 | -разрабатывать рекомендации по обеспечению социального взаимодействия сотрудников, снижению конфликтности, решению управленческих задач   | ПК-4 – У2               |
|  | <b>Владеть</b>                  | -навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций; навыками осуществления контроля и проведения оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ с применением правил деловой коммуникации. | ПК-4 – В1               |

|  |  |  |           |
|--|--|--|-----------|
|  |  | -навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий | ПК-4 – В2 |
|--|--|--|-----------|

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.В.07 Деловое общение является дисциплиной, части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана, изучается студентами второго курса в четвертом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

### 4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.

Дисциплина предполагает изучение 5 тем.

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

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам. работа | вид контроля    |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|-------------|-----------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |             |                 |
| 1 | Очная          | 4       | 2                  | 72      | 36   | 14     | 22           |                    | 36          | Зачет с оценкой |
| 2 | Очно-заочная   | 4       | 2                  | 72      | 28   | 10     | 18           |                    | 44          | Зачет с оценкой |
| 3 | Заочная        | 5       | 1                  | 36      | 6  | 2      | 4            |                    | 30          |                 |
|   |                | 6       | 1                  | 36      | 4  |        |              |                    | 32          | Зачет с оценкой |

## 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Связи с общественностью в кризисных ситуациях.

### 1.1. Цели освоения дисциплины:

- освоение студентами теоретических и практических основ коммуникационного реагирования в кризисных ситуациях; овладение навыками анализа ситуации и экстренного реагирования; изучение процесса создания антикризисной программы и управления коммуникациями; приобретение теоретических знаний о кризисе как основополагающей категории антикризисного реагирования; формирование базовых навыков по анализу внутренней и внешней среды организации различными средствами.

- повысить уровень необходимых знаний о характере общественных отношений в профессиональной среде; укрепить знания теоретических представлений о деятельности в рекламной деятельности, а также практических навыков по работе в сфере профессиональной деятельности; вооружить методологией решения практических задач области рекламы.

### 1.2. Задачи дисциплины:

- исследование совокупности характеристик кризиса;
- анализ концепции антикризисного реагирования;
- диагностика ситуации;
- изучение основополагающих принципов антикризисного управления коммуникациями и выстраиванием отношений с общественностью.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к

осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен овладеть следующими компетенциями:

**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

**ПК-3** Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта

| Формируемая компетенция   | Планируемые результаты обучения  |   | Код результата обучения |
|---|--|---|-------------------------|
| <b>УК-2</b><br>Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений | <b>Знать</b>   | круг задач в рамках поставленной цели в кризисной ситуации;   | УК-2 – 31               |
|   |  | оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений в кризисной ситуации;  | УК-2 – 32               |
|   | <b>Уметь</b>   | определять круг задач в рамках поставленной цели в кризисной ситуации;  | УК-2 – У1               |
|   |  | предлагать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений в кризисной ситуации;   | УК-2 – У2               |
| <b>Владеть</b>  | навыками определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений в кризисной ситуации. | УК-2 – В1   |                         |
| <b>ПК-3</b><br>Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта                                 | <b>Знать</b>   | правила создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта в кризисной ситуации.                          | ПК-3 – 31               |
|   | <b>Уметь</b>   | создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта в кризисной ситуации; | ПК-3 – У1               |
|   | <b>Владеть</b>   | навыками создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании в кризисной ситуации.   | ПК-3 – В1               |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.В.08 Связи с общественностью в кризисных ситуациях является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана, изучается студентами третьего курса в пятом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

### 4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.

Дисциплина предполагает изучение 6 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачётные единицы (72 часа).

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам. работа | вид контроля    |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|-------------|-----------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |             |                 |
| 1 | Очная          | 5       | 2                  | 72      | 36   | 14     | 22           |                    | 36          | Зачет с оценкой |
| 2 | Очно-заочная   | 6       | 2                  | 72      | 26   | 10     | 16           |                    | 46          | Зачет с оценкой |
| 3 | Заочная        | 7       | 1                  | 36      | 6  | 2      | 4            |                    | 30          |                 |
|   |                | 8       | 1                  | 36      | 4  |        |              |                    | 32          | Зачет с оценкой |

#### 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Основы брендинга.

##### 1.1. Цели освоения дисциплины:

Освоение студентами теоретических и практических основ брендинга; овладение навыками анализа бренда как маркетинговой, семиотической и коммуникативной категории и технологиями разработки бренда, выведения его на рынок; изучение брендинга как процесса создания и управления брендом; приобретение теоретических знаний о бренде как основополагающей категории маркетинга; формирование базовых навыков по анализу внутренней и внешней среды организации маркетинговыми средствами. Также ставится цель повысить уровень необходимых знаний о характере общественных отношений в профессиональной среде; укрепить знания теоретических представлений о деятельности в рекламной деятельности, а также практических навыков по работе в сфере профессиональной деятельности; вооружить методологией решения практических задач в области рекламы.

##### 1.2. Задачи дисциплины:

- исследование совокупности характеристик продукции воплощенных в образе бренда;
- анализ концепции позиционирования бренда;
- диагностика воспринимаемой и поддерживаемой связи между потребителем и брендом;
- изучение основополагающих принципов формирования образа бренда и его отношений с потребителем.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

**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

**ПК-4** Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

| Формируемая компетенция   | Планируемые результаты обучения |  | Код результата обучения |
|---|---------------------------------|--|-------------------------|
| <b>УК-2</b><br>Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений | <b>Знать</b>                    | - круг задач в рамках поставленной цели при разработке бренда;   | УК-2 – 31               |
|   |                                 | - оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений при разработке бренда;  | УК-2 – 32               |
|   | <b>Уметь</b>                    | - определять круг задач в рамках поставленной цели при разработке бренда;  | УК-2 – У1               |
|   |                                 | - предлагать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений при разработке бренда;   | УК-2 – У2               |
|   | <b>Владеть</b>                  | - навыками определения круга задач в рамках поставленной цели и выбора оптимальных способов их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений при разработке бренда. | УК-2 – В1               |
|   |                                 | - навыками осуществления контроля и проведения оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ при разработке бренда.   | УК-2 – В2               |
| <b>ПК-4</b><br>Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий  | <b>Знать</b>                    | -функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по разработке бренда;              | ПК-4 – 31               |
|   |                                 | -разнообразные методы исследований в области СМИ различной направленности при разработке бренда;   | ПК-4 – 32               |
|   | <b>Уметь</b>                    | - осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии при разработке бренда;  | ПК-4 – У1               |

|  |                |   |           |
|--|----------------|---|-----------|
|  |                | - организовать маркетинговое исследование в области СМИ в рамках бизнес-проекта при разработке бренда;    | ПК-4 – У2 |
|  | <b>Владеть</b> | - навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций при разработке бренда;                 | ПК-4 – В1 |
|  |                | - навыками организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ при разработке бренда; | ПК-4 – В2 |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.В.09 Основы брендинга является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана, изучается студентами третьего курса в пятом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.**

Дисциплина предполагает изучение 6 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы (144 часа).

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам. работа | вид контроля    |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|-------------|-----------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |             |                 |
| 1 | Очная          | 5       | 4                  | 144     | 72   | 32     | 40           |                    | 72          | зачет с оценкой |
| 2 | Очно-заочная   | 6       | 4                  | 144     | 56   | 18     | 38           |                    | 88          | зачет с оценкой |
| 3 | Заочная        | 6       | 3                  | 108     | 10   | 4      | 6            |                    | 98          |                 |
|   |                | 7       | 1                  | 36      | 4  |        |              |                    | 32          | зачет с оценкой |

## 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Маркетинговые исследования и ситуационный анализ.

### 1.1. Цели освоения дисциплины:

-приобретение знаний и умений по выявлению, созданию и удовлетворению потребностей, разработке стратегий маркетинга, формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления маркетинговой деятельности;

-изучение студентами: структур маркетинга, основных его принципов и концепций; ценовые особенности маркетинга; товара, его конкурентоспособности; объеме спроса и предложения; конкуренции с позиции маркетинга; сегментацию рынка; методах и порядке проведения маркетинговых исследований и используемая при этом информация;

-иметь представление о рекламе и средствах ее распространения; типах и видах маркетинга; разработке маркетинговой программы и стратегии развития организации; представление о международном маркетинге; о средствах стимулировании сбыта; пропаганде и т.д.

### 1.2. Задачи дисциплины:

- усвоение основных теоретических понятий в области маркетинговых исследований и ситуационного анализа;
- обеспечение понимания студентами роли и места маркетинговых исследований и ситуационного анализа в рекламе и связях с общественностью;
- обучение методам идентификации проблем, методам сбора, обработки, анализа информации о потребителях, клиентах, конкурентах, рынке, рекламе;
- обучение студентов приемам исследования внешней и внутренней среды предприятия;
- обучение методам прогнозирования спроса и рынка;
- обучение методам и процедурам проведения комплексных маркетинговых исследований и ситуационного анализа в рекламе.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

**УК-1** - способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;

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

| Формируемая компетенция  | Планируемые результаты обучения |  | Код результата обучения |
|--|---------------------------------|--|-------------------------|
| <b>УК-1</b><br>способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач. | <b>Знать</b>                    | знать теоретические основы в области маркетинговых исследований и ситуационного анализа;         | УК-1 – 3.1              |
|  |                                 | место и роль маркетинговых исследований в профессиональной деятельности, их основные функции;    | УК-1 – 3.2              |
|  | <b>Уметь</b>                    | анализировать конъюнктуру рынка, проводить маркетинговые исследования;                           | УК-1 – У.1              |
|  |                                 | проводить анализ сложившейся ситуации на рынке, делать выводы и принимать управленческие решения | УК-1 – У.2              |
|  | <b>Владеть</b>                  | навыками разработки и внедрения программы маркетингового исследования;                           | УК-1 – В.1              |
|  |                                 | основными инструментами для проведения маркетинговых исследований и ситуационного анализа.       | УК-1 – В.2              |
| <b>ПК-2</b>  | <b>Знать</b>                    | знать основные технологии маркетинговых  | ПК-2 – 3.1              |

|   |                |  |            |
|---|----------------|--|------------|
| Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта. |                | коммуникаций;  |            |
|   |                | возможности и границы применения программного обеспечения анализа и качественного моделирования систем управления при разработке и реализации коммуникационного продукта.  | ПК-2 – 3.2 |
|   | <b>Уметь</b>   | владеть средствами программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления при разработке и реализации коммуникационного продукта;  | ПК-2 – У.1 |
|   |                | проводить маркетинговые исследования и ситуационный анализ;  | ПК-2 – У.2 |
|   | <b>Владеть</b> | методами применения средств программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления, навыками оценки их эффективности при разработке и реализации маркетинговых исследований и ситуационного анализа; | ПК-2 – В.1 |
|   |                | технологиями моделирования систем управления, навыками оценки их эффективности при разработке и реализации маркетинговых исследований и ситуационного анализа.   | ПК-2 – В.2 |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.В.10 «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана, изучается обучающимися третьего курса в шестом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.**

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

Дисциплина предполагает изучение 11 тем.

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам. работа | вид контроля |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|-------------|--------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |             |              |
| 1 | Очная          | 6       | 6                  | 216     | 104  | 38     | 66           |                    | 85          | Экзамен      |
| 2 | Очно-заочная   | 7       | 6                  | 216     | 78   | 28     | 50           |                    | 111         | Экзамен      |
| 3 | Заочная        | 6       | 5                  | 180     | 20   | 8      | 12           |                    | 160         |              |
|   |                | 7       | 1                  | 36      | 9  |        |              |                    | 27          | Экзамен      |

### 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Консалтинг в коммерческом секторе.

#### 1.1. Цели освоения дисциплины:

Подготовить обучающихся к профессиональной деятельности в области: подготовка специалистов, владеющих знаниями, умениями, навыками и компетенциями в области консультирования в сфере связей с общественностью и умеющих применять их в практической деятельности.



Теоретическое содержание курса предполагает изучение специфики и актуальных проблем консультирования в связях с общественностью, а также классификации консалтинговых услуг, стадий консалтингового процесса, этапов консалтингового проекта, методов работы консультанта, мониторинга процесса консультирования и оценки результатов консалтинговых услуг.

Практическое содержание курса предполагает приобретение навыков диагностирования проблемных аспектов, выработки путей их разрешения, разработки и содействию внедрения конкретных решений в области связей с общественностью, а именно в политической сфере, предвыборном процессе, анализа результатов консалтинговых услуг.

Также ставится цель повысить уровень необходимых знаний о характере общественных отношений в профессиональной среде; укрепить знания теоретических представлений о деятельности в профессиональной деятельности, а также практических навыков; вооружить методологией решения практических задач в области консалтинга.

### **1.2. Задачи дисциплины:**

- усвоение предмета, принципов, категорий, базовых знаний о сущности консалтинга, областях его применения и основных направлениях, содержании и формах проявления консультирования в связях с общественностью;
- развитие представлений об истории становления, современном состоянии и перспективах развития консалтинга в общемировом пространстве;
- понимание специфики развития данной дисциплины в современных российских условиях;
- формирование представлений о политическом консалтинге и его национальных особенностях;
- знакомство со спецификой диагностики, разработки и внедрения консалтинговых проектов; приобретение умений и навыков, необходимых для оказания консалтинговых услуг в связях с общественностью и разработки консалтинговых проектов;
- формирование целостного представления о возможностях и ресурсах консалтинга в связях с общественностью;
- углубление представлений о современных методах работы консультантов, мониторинга и оценки результатов консалтинговых услуг.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

**ПК-4** Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

| Формируемая компетенция   | Планируемые результаты обучения |  | Код результата обучения |
|---|---------------------------------|--|-------------------------|
| ПК-4<br>Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий | Знать                           | - функционал линейного менеджера консалтинговой фирмы в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; | ПК-4 – 31               |
|   |                                 | - разнообразные методы исследований в области СМИ различной направленности и применение их в консалтинге;  | ПК-4 – 32               |
|   | Уметь                           | - осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии и применять умение в рамках консалтинга;  | ПК-4 – У1               |
|   |                                 | - разработать маркетинговую бизнес-стратегию различной бизнес-направленности для продукции СМИ при осуществлении консалтинговых услуг;   | ПК-4 – У2               |
|   | Владеть                         | - навыками организации внутренних и внешних коммуникаций в консалтинговой деятельности;  | ПК-4 – В1               |
|   |                                 | - навыками консалтинга при организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ;  | ПК-4 – В2               |

## 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.В.11 Консалтинг в коммерческом секторе является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана, изучается студентами четвертого курса в седьмом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

## 4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.

Дисциплина предполагает изучение 6 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы (144 часа).

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам. работа | вид контроля    |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|-------------|-----------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |             |                 |
| 1 | Очная          | 7       | 4                  | 144     | 72   | 32     | 40           |                    | 72          | зачет с оценкой |
| 2 | Очно-заочная   | 7       | 4                  | 144     | 54   | 18     | 36           |                    | 90          | зачет с оценкой |
| 3 | Заочная        | 8       | 3                  | 108     | 12   | 4      | 8            |                    | 96          |                 |
|   |                | 9       | 1                  | 36      | 4  |        |              |                    | 32          | зачет с оценкой |

## 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Современная пресс-служба.

### 1.1. Цели освоения дисциплины:

Подготовить специалиста, знакомого с основными знаниями и навыками профессиональной работы в пресс-службах и пресс-центрах государственных и коммерческих структур, приемам прикладного применения знаний в организации пресс-мероприятий пресс-службами.

### 1.2. Задачи дисциплины:

- сформировать представление о месте и роли современной пресс-службы в системе массовых коммуникаций;
- изучить структуры и принципы организации пресс-служб, специфику работы пресс- служб в различных сферах общественной жизни
- познакомить студентов с основными принципами планирования и организации деятельности пресс-служб, формами работы пресс-службы со СМИ.
- изучить особенности подготовки текстовых материалов для публикации в СМИ.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

**УК-10** Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению

**ПК-3** Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта.

| Формируемая компетенция  | Планируемые результаты обучения |   | Код результата обучения |
|--|---------------------------------|---|-------------------------|
| <b>УК-10</b><br>Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению | <b>Знать</b>                    | правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности | УК-10-31                |
|  |                                 | способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней;                | УК-10-32                |

|   |                |   |           |
|---|----------------|---|-----------|
|   | <b>Уметь</b>   | планировать, организовывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в обществе;   | УК-10–У1  |
|   |                | проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в обществе;   | УК-10–У2  |
|   | <b>Владеть</b> | навыками соблюдения правил общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции;  | УК-10–В1  |
|   |                | навыками контроля соблюдения правил общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции;   | УК-10–В2  |
| <b>ПК-3</b><br>Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта | <b>Знать</b>   | правила создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта для пресс-службы;                          | ПК-3 – 31 |
|   | <b>Уметь</b>   | создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта для пресс-службы; | ПК-3 – У1 |
|   | <b>Владеть</b> | навыками создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании для пресс-службы.   | ПК-3 – В1 |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.В.12 Современная пресс-служба является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана, изучается студентами четвертого курса в седьмом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.**

Дисциплина предполагает изучение 6 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётных единицы (108 часов).

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам. работа | вид контроля    |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|-------------|-----------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |             |                 |
| 1 | Очная          | 7       | 3                  | 108     | 54   | 24     | 30           |                    | 54          | Зачет с оценкой |
| 2 | Очно-заочная   | 9       | 3                  | 108     | 38   | 12     | 26           |                    | 70          | Зачет с оценкой |
| 3 | Заочная        | 9       | 2                  | 72      | 10   | 4      | 6            |                    | 62          |                 |
|   |                | 10      | 1                  | 36      | 4  |        |              |                    | 32          | Зачет с оценкой |

### 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Технологии рекламы и связей с общественностью в бизнесе.

#### 1.1. Цели освоения дисциплины:

Формирование общепрофессиональных и профессиональных компетенций, позволяющих будущему специалисту по рекламе и связям с общественностью иметь представление о технологиях рекламной и PR-деятельности в бизнесе, а также квалифицированно, грамотно и последовательно осуществлять работу в соответствии принципами, нормами и критериями профессиональной деятельности.

Также ставится цель повысить уровень необходимых знаний о характере общественных отношений в профессиональной среде; укрепить знания теоретических представлений о деятельности в рекламной сфере и сфере связей с общественностью, а также практических навыков по работе в сфере профессиональной деятельности; вооружить методологией решения практических задач в области рекламы и связей с общественностью.

### **1.2. Задачи дисциплины:**

В результате освоения дисциплины студент должен:

- освоить основы применения технологий рекламы и связей с общественностью в бизнесе.

- сформировать умения использовать соответствующие технологии в профессиональной сфере деятельности, необходимые для управления в сфере рекламы и связей с общественностью.

- сформировать умения различать и определять эффективность применения в сложившейся профессиональной ситуации технологий рекламы и связей с общественностью применительно к конкретной ситуации.

- изучить методы оценки эффективности работы в сложившейся профессиональной ситуации.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

## **2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.**

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

**ПК-1** Способен участвовать в осуществлении проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами

| Формируемая компетенция  | Планируемые результаты обучения |   |           | Код результата обучения |
|--|---------------------------------|---|-----------|-------------------------|
| <b>УК-9</b><br>Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности  | <b>Знать</b>                    | основные принципы принятия обоснованных экономических решений в деятельности предприятия;   | УК-9 – 31 |                         |
|  |                                 | основные экономические категории для принятия обоснованных экономических решений при организации деятельности предприятия;  | УК-9 – 32 |                         |
|  | <b>Уметь</b>                    | анализировать информационные источники (сайты, форумы, периодические издания) и культурную, профессиональную и личностную информацию и использовать ее для принятия решений при организации деятельности предприятия; | УК-9 – У1 |                         |
|  |                                 | определять основные взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений при организации деятельности предприятия;                                       | УК-9 – У2 |                         |
|  | <b>Владеть</b>                  | навыками оценки взаимосвязей между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений при организации деятельности предприятия;  | УК-9 – В1 |                         |
|  |                                 | приемами поиска, систематизации и свободного изложения материала для осуществления экономической деятельности предприятия.  | УК-9 – В2 |                         |
| <b>ПК-1</b><br>Способен участвовать в осуществлении проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами | <b>Знать</b>                    | типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью в бизнесе;   | ПК-1 – 31 |                         |
|  | <b>Уметь</b>                    | готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью в бизнесе;  | ПК-1 – У1 |                         |
|  | <b>Владеть</b>                  | навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта в бизнесе.   | ПК-1 – В1 |                         |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.В.13 Технологии рекламы и связей с общественностью в бизнесе является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана, изучается студентами четвертого курса в седьмом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.**

Дисциплина предполагает изучение 10 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётных единицы (108 часов).

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам. работа | вид контроля    |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|-------------|-----------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |             |                 |
| 1 | Очная          | 7       | 3                  | 108     | 54   | 24     | 30           |                    | 54          | Зачет с оценкой |
| 2 | Очно-заочная   | 9       | 3                  | 108     | 38   | 12     | 26           |                    | 70          | Зачет с оценкой |

|   |         |    |   |    |    |   |   |  |    |                 |
|---|---------|----|---|----|----|---|---|--|----|-----------------|
| 3 | Заочная | 9  | 2 | 72 | 10 | 4 | 6 |  | 62 |                 |
|   |         | 10 | 1 | 36 | 4  |   |   |  | 32 | Зачет с оценкой |

## 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Технологии PR-продвижения товаров и услуг в социальных сетях.

### 1.1. Цели освоения дисциплины:

Формирование компетенций, позволяющих будущему специалисту по рекламе и связям с общественностью иметь представление о об управлении информацией в социальных сетях и размещении информации в них, а также квалифицированно, грамотно и последовательно осуществлять работу в соответствии принципами, нормами и критериями профессиональной деятельности.

### 1.2. Задачи дисциплины:

В результате освоения дисциплины студент должен:

- освоить процесс разработки и применения технологий в связях с общественностью, в управлении информацией в социальных сетях и продвижении контента.

- сформировать умения использовать соответствующие технологии в профессиональной сфере деятельности, необходимые для управления информацией на корпоративных страницах в социальных сетях.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

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

| Формируемая компетенция | Планируемые результаты обучения | Код результата обучения |
|-------------------------|---------------------------------|-------------------------|
|-------------------------|---------------------------------|-------------------------|

|  |                |   |           |
|--|----------------|---|-----------|
| <b>УК-9</b><br>Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности                          | <b>Знать</b>   | основные принципы принятия обоснованных экономических решений в деятельности предприятия;   | УК-9 – 31 |
|  |                | основные экономические категории для принятия обоснованных экономических решений при организации деятельности предприятия;  | УК-9 – 32 |
|  | <b>Уметь</b>   | анализировать информационные источники (сайты, форумы, периодические издания) и культурную, профессиональную и личностную информацию и использовать ее для принятия решений при организации деятельности предприятия; | УК-9 – У1 |
|  |                | определять основные взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений при организации деятельности предприятия;                                       | УК-9 – У2 |
|  | <b>Владеть</b> | навыками оценки взаимосвязей между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений при организации деятельности предприятия;  | УК-9 – В1 |
|  |                | приемами поиска, систематизации и свободного изложения материала для осуществления экономической деятельности предприятия.  | УК-9 – В2 |
| <b>ПК-2</b> Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта | <b>Знать</b>   | основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта в социальных сетях;  | ПК-2 – 31 |
|  | <b>Уметь</b>   | принимать участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта в социальных сетях;   | ПК-2 – У1 |
|  | <b>Владеть</b> | навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами в социальных сетях.   | ПК-2 – В1 |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.В.14 Технологии PR-продвижения товаров и услуг в социальных сетях является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана, изучается студентами четвертого курса в седьмом и восьмом семестрах очной формы обучения (полный срок обучения).

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.**

Дисциплина предполагает изучение 8 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачётных единиц (216 часа).

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам.работа | вид контроля |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|------------|--------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |            |              |
| 1 | Очная          | 7       | 3                  | 108     | 54   | 20     | 34           |                    | 54         | Зачет        |
|   |                | 8       | 3                  | 108     | 54   | 24     | 30           |                    | 27         | Экзамен      |
| 2 | Очно-заочная   | 8       | 3                  | 108     | 38   | 12     | 26           |                    | 70         | Зачет        |
|   |                | 9       | 3                  | 108     | 36   | 12     | 24           |                    | 45         | Экзамен      |
| 3 | Заочная        | 9       | 5                  | 180     | 20   | 8      | 12           |                    | 160        |              |
|   |                | 10      | 1                  | 36      | 9  |        |              |                    | 27         | Экзамен      |



## 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Управление корпоративным сайтом.

### 1.1. Цели освоения дисциплины:

Формирование компетенций, позволяющих будущему специалисту по рекламе и связям с общественностью иметь представление об управлении корпоративным сайтом и размещении информации на нем, а также квалифицированно, грамотно и последовательно осуществлять работу в соответствии принципами, нормами и критериями профессиональной деятельности.

### 1.2. Задачи дисциплины:

В результате освоения дисциплины студент должен:

- освоить процесс разработки и применения технологий в связях с общественностью, в управлении корпоративным сайтом.
- сформировать умения использовать соответствующие технологии в профессиональной сфере деятельности, необходимые для управления информацией на сайте организации.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

**ПК-3** Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта

| Формируемая компетенция   | Планируемые результаты обучения |   | Код результата обучения |
|---|---------------------------------|---|-------------------------|
| <b>ПК-3</b><br>Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта | <b>Знать</b>                    | - правила создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта при управлении корпоративным сайтом; | ПК-3 – 31               |
|   | <b>Уметь</b>                    | - создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта при         | ПК-3 – У1               |

|  |                |  |           |
|--|----------------|--|-----------|
|  |                | управлении корпоративным сайтом;   |           |
|  | <b>Владеть</b> | - навыками создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании при управлении корпоративным сайтом | ПК-3 – В1 |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.В.15 Управление корпоративным сайтом является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана, изучается студентами четвертого курса в седьмом и восьмом семестрах очной формы обучения (полный срок обучения).

### 4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.

Дисциплина предполагает изучение 8 тем.

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

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам.работа | вид контроля |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|------------|--------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |            |              |
| 1 | Очная          | 7       | 4                  | 144     | 72   | 32     | 40           |                    | 72         | Зачет        |
|   |                | 8       | 3                  | 108     | 54   | 24     | 30           |                    | 27         | Экзамен      |
| 2 | Очно-заочная   | 9       | 4                  | 144     | 54   | 18     | 36           |                    | 90         | Зачет        |
|   |                | 10      | 3                  | 108     | 36   | 12     | 24           |                    | 45         | Экзамен      |
| 3 | Заочная        | 8       | 2                  | 72      | 8  | 2      | 6            |                    | 64         |              |
|   |                | 9       | 4                  | 144     | 20   | 6      | 14           |                    | 124        | Зачет        |
|   |                | 10      | 1                  | 36      | 9  |        |              |                    | 27         | Экзамен      |

## 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Фирменный стиль.

### 1.1. Цели освоения дисциплины:

Обеспечение подготовки специалистов по рекламе, через обучение основам фирменного стиля его разработки и использования. Также ставится цель повысить уровень необходимых знаний о характере общественных отношений в профессиональной среде; укрепить знания теоретических представлений о деятельности в профессиональной деятельности, а также практических навыков; вооружить методологией решения практических задач в области разработки фирменного стиля.

### 1.2. Задачи дисциплины:

В результате освоения дисциплины студент должен:

- анализ и оценка фирменного стиля;
- участие в процессе разработки фирменного стиля;
- развитие фирменного стиля организации в ходе его эксплуатации (или в процессе деятельности организации).

Теоретическое содержание курса предполагает изучение специфики и актуальных проблем разработки фирменного стиля, а также классификации технологий и приемов, стадий процесса разработки, этапов разработки фирменного стиля, методов работы, оценки эффективности результатов.

Практическое содержание курса предполагает приобретение навыков

диагностирования проблемных аспектов, выработки путей их разрешения, разработки и содействию внедрения конкретных решений в области связей с общественностью, а именно в коммерческой сфере.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

**ПК-1** Способен участвовать в осуществлении проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами

| Формируемая компетенция   | Планируемые результаты обучения |   | Код результата обучения |
|---|---------------------------------|---|-------------------------|
| <b>УК-9</b><br>Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности | <b>Знать</b>                    | основные принципы принятия обоснованных экономических решений в деятельности предприятия;   | УК-9 – 31               |
|   |                                 | основные экономические категории для принятия обоснованных экономических решений при организации деятельности предприятия;  | УК-9 – 32               |
|   | <b>Уметь</b>                    | анализировать информационные источники (сайты, форумы, периодические издания) и культурную, профессиональную и личностную информацию и использовать ее для принятия решений при организации деятельности предприятия; | УК-9 – У1               |
|   |                                 | определять основные взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений при организации деятельности предприятия;                                       | УК-9 – У2               |
|   | <b>Владеть</b>                  | навыками оценки взаимосвязей между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений при организации деятельности предприятия;  | УК-9 – В1               |
|   |                                 | приемами поиска, систематизации и свободного изложения материала для осуществления  | УК-9 – В2               |

|  |                |   |           |
|--|----------------|---|-----------|
|  |                | экономической деятельности предприятия.   |           |
| <b>ПК-1</b><br>Способен участвовать в осуществлении проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами | <b>Знать</b>   | типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью при разработке фирменного стиля;   | ПК-1 – 31 |
|  | <b>Уметь</b>   | готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью для разработки фирменного стиля;                              | ПК-1 – У1 |
|  | <b>Владеть</b> | навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта при разработке фирменного стиля. | ПК-1 – В1 |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.В.ДЭ.01.01 Фирменный стиль является элективной дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана, изучается студентами третьего курса в пятом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.**

Дисциплина предполагает изучение 8 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётных единицы (108 часа).

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам. работа | вид контроля    |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|-------------|-----------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |             |                 |
| 1 | Очная          | 5       | 3                  | 108     | 54   | 20     | 34           |                    | 54          | Зачет с оценкой |
| 2 | Очно-заочная   | 6       | 3                  | 108     | 38   | 12     | 26           |                    | 70          | Зачет с оценкой |
| 3 | Заочная        | 6       | 2                  | 72      | 6  | 2      | 4            |                    | 66          |                 |
|   |                | 7       | 1                  | 36      | 4  |        |              |                    | 32          | Зачет с оценкой |

### 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Коммерческая реклама в печати, на радио и ТВ.

#### 1.1. Цели освоения дисциплины:

Формирование общепрофессиональных и профессиональных компетенций, позволяющих будущему специалисту по рекламе и связям с общественностью иметь представление об основах рекламной деятельности в печати, на радио и ТВ, а также квалифицированно, грамотно и последовательно осуществлять работу в соответствии принципами, нормами и критериями профессиональной деятельности.

Также ставится цель повысить уровень необходимых знаний о характере общественных отношений в профессиональной среде; укрепить знания теоретических представлений о деятельности в рекламной деятельности, а также практических навыков по работе в сфере профессиональной деятельности; вооружить методологией решения практических задач в области коммерческой рекламы в печати, на радио и ТВ.

Теоретическое содержание курса предполагает изучение специфики и актуальных проблем разработки коммерческой рекламы, а также классификации технологий и приемов, стадий процесса разработки, этапов разработки коммерческой рекламы, методов работы, оценки эффективности результатов.

Практическое содержание курса предполагает приобретение навыков диагностирования проблемных аспектов, выработки путей их разрешения, разработки и содействию внедрения конкретных решений в области связей с общественностью, а именно в коммерческой сфере.

### **1.2. Задачи дисциплины:**

В результате освоения дисциплины студент должен:

- освоить основы применения технологий коммерческой рекламы в печати, на радио и ТВ.

- сформировать умения использовать соответствующие технологии в профессиональной сфере деятельности, необходимые для управления коммерческой рекламой в печати, на радио и ТВ.

- сформировать умения различать и определять эффективность применения в сложившейся профессиональной ситуации бюджета коммерческой рекламы в печати, на радио и ТВ, применительно к конкретной ситуации.

- изучить методы оценки эффективности работы в сложившейся профессиональной ситуации.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

## **2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.**

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

**ПК-1** Способен участвовать в осуществлении проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами

| Формируемая компетенция    | Планируемые результаты обучения |   | Код результата обучения |
|----------------------------|---------------------------------|---|-------------------------|
| УК-9<br>Способен принимать | Знать                           | основные принципы принятия обоснованных экономических решений в деятельности предприятия; | УК-9 – 3.1              |

|  |                |   |            |
|--|----------------|---|------------|
| обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности  |                | основные экономические категории для принятия обоснованных экономических решений при организации деятельности предприятия;  | УК-9 – 3.2 |
|  | <b>Уметь</b>   | анализировать информационные источники (сайты, форумы, периодические издания) и культурную, профессиональную и личностную информацию и использовать ее для принятия решений при организации деятельности предприятия;             | УК-9 – У.1 |
|  |                | определять основные взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений при организации деятельности предприятия;   | УК-9 – У.2 |
|  | <b>Владеть</b> | навыками оценки взаимосвязей между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений при организации деятельности предприятия;  | УК-9 – В.1 |
|  |                | приемами поиска, систематизации и свободного изложения материала для осуществления экономической деятельности предприятия.  | УК-9 – В.2 |
| <b>ПК-1</b><br>Способен участвовать в осуществлении проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами | <b>Знать</b>   | типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью для коммерческой рекламы в печати, на радио и ТВ   | ПК-1 – 31  |
|  |                | специфику и актуальные проблем разработки коммерческой рекламы, а также классификации технологий и приемов, стадий процесса разработки, этапов разработки коммерческой рекламы, методов работы, оценки эффективности результатов. | ПК-1 – 32  |
|  | <b>Уметь</b>   | готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью для коммерческой рекламы в печати, на радио и ТВ.   | ПК-1 – У1  |
|  |                | использовать соответствующие технологии в профессиональной сфере деятельности, необходимые для управления коммерческой рекламой в печати, на радио и ТВ.  | ПК-1 – У2  |
|  | <b>Владеть</b> | навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта для коммерческой рекламы в печати, на радио и ТВ.  | ПК-1 – В1  |
|  |                | навыками диагностирования проблемных аспектов, выработки путей их разрешения, разработки и содействию внедрения конкретных решений в области связей с общественностью, а именно в коммерческой сфере.                             | ПК-1 – В2  |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.В.ДЭ.01.02 Коммерческая реклама в печати, на радио и ТВ является элективной дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана, изучается студентами третьего курса в пятом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.**

Дисциплина предполагает изучение 7 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётных единицы (108 часа).

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам. работа | вид контроля    |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|-------------|-----------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур-раб/контр. раб |             |                 |
| 1 | Очная          | 5       | 3                  | 108     | 54   | 20     | 34           |                    | 54          | Зачет с оценкой |
| 2 | Очно-заочная   | 6       | 3                  | 108     | 38   | 12     | 26           |                    | 70          | Зачет с оценкой |
| 3 | Заочная        | 6       | 2                  | 72      | 6  | 2      | 4            |                    | 66          |                 |
|   |                | 7       | 1                  | 36      | 4  |        |              |                    | 32          | Зачет с оценкой |

## 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Телекоммуникационные и компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью.

### 1.1. Цели освоения дисциплины:

Повысить уровень необходимых знаний о характере общественных отношений в профессиональной среде; укрепить знания теоретических представлений о деятельности в профессиональной деятельности, а также практических навыков; вооружить методологией решения практических задач в области работы с телекоммуникационными и компьютерными технологиями.

### 1.2. Задачи дисциплины:

В результате освоения дисциплины студент должен:

- изучение специфики и актуальных проблем технологий, а также классификации технологий и приемов, стадий процесса работы с телекоммуникационными и компьютерными технологиями в рекламе и связях с общественностью, методов работы, оценки эффективности результатов.

- приобретение навыков работы с телекоммуникационными и компьютерными технологиями в области рекламы и связей с общественностью, а именно в коммерческой сфере.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

| Формируемая компетенция  | Планируемые результаты обучения |   | Код результата обучения |
|--|---------------------------------|---|-------------------------|
| ПК-2<br>Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта | Знать                           | основные маркетинговые инструменты в интегрированных коммуникациях при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта                              | ПК-2 – 31               |
|  |                                 | знать основные технологии маркетинговых коммуникаций;   | ПК-2 – 32               |
|  | Уметь                           | принимать участие в организации и выполнении маркетинговых исследований в интегрированных коммуникациях, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта | ПК-2 – У1               |
|  |                                 | применять средства программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления при разработке и реализации коммуникационного продукта;               | ПК-2 – У2               |
|  | Владеть                         | навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами в интегрированных коммуникациях.  | ПК-2 – В1               |
|  |                                 | навыками оценки эффективности интегрированных коммуникаций  | ПК-2 – В2               |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.В.ДЭ.02.01 Телекоммуникационные и компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью является элективной дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана, изучается студентами третьего курса в шестом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.**

Дисциплина предполагает изучение 8 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачётных единицы (72 часа).

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам. работа | вид контроля    |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|-------------|-----------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |             |                 |
| 1 | Очная          | 6       | 2                  | 72      | 36   | 10     | 26           |                    | 36          | зачет с оценкой |
| 2 | Очно-заочная   | 8       | 2                  | 72      | 26   | 10     | 16           |                    | 46          | зачет с оценкой |
| 3 | Заочная        | 7       | 1                  | 36      | 6  | 2      | 4            |                    | 30          |                 |
|   |                | 8       | 1                  | 36      | 4  |        |              |                    | 32          | зачет с оценкой |



## 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Компьютерные технологии в массовых мероприятиях.

### 1.1. Цели освоения дисциплины:

Ознакомление студентов с основными понятиями компьютерных технологий, а также с методами хранения, обработки, передачи и преобразования информации, применение компьютерных технологий в рекламной деятельности и связях с общественностью.

### 1.2. Задачи дисциплины:

В результате освоения дисциплины студент должен:

- ознакомление студентов с общими характеристиками процессов сбора, передачи, обработки, накопления и защиты информации;
- изучение основ аппаратных средств компьютеров, освоение практической работы на персональных компьютерах (ПК), оснащенных операционными системами (ОС) Windows или Linux, в локальных сетях;
- освоение комплекса базовых программ Microsoft Office, включающих текстовый редактор Word, табличный процессор Excel, средство создания презентаций Power Point, программы и различных браузеров - программы работы в глобальной сети Internet;
- освоение программ подготовки мультимедийных материалов для рекламной деятельности и связей с общественностью (Paint, Picasa, Gimp, Audacity, Moviemaker).

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

| Формируемая компетенция   | Планируемые результаты обучения |  | Код результата обучения |
|---|---------------------------------|--|-------------------------|
| <b>ПК-2</b><br>Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта | <b>Знать</b>                    | основные маркетинговые инструменты в интегрированных коммуникациях при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта | ПК-2 – 31               |
|   |                                 | знать основные технологии маркетинговых коммуникаций;  | ПК-2 – 32               |
|   | <b>Уметь</b>                    | принимать участие в организации и выполнении маркетинговых исследований в интегрированных  | ПК-2 – У1               |

|  |                |   |           |
|--|----------------|---|-----------|
|  |                | коммуникациях, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта   |           |
|  |                | применять средства программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления при разработке и реализации коммуникационного продукта; | ПК-2 – У2 |
|  | <b>Владеть</b> | навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами в интегрированных коммуникациях.  | ПК-2 – В1 |
|  |                | навыками оценки эффективности интегрированных коммуникаций  | ПК-2 – В2 |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.В.ДЭ.02.02 Компьютерные технологии в массовых мероприятиях является элективной дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана, изучается студентами третьего курса в шестом семестре очной формы обучения.

### 4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.

Дисциплина предполагает изучение 7 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачётных единицы (72 часа).

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам. работа | вид контроля    |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|-------------|-----------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |             |                 |
| 1 | Очная          | 6       | 2                  | 72      | 36   | 10     | 26           |                    | 36          | зачет с оценкой |
| 2 | Очно-заочная   | 8       | 2                  | 72      | 26   | 10     | 16           |                    | 46          | зачет с оценкой |
| 3 | Заочная        | 7       | 1                  | 36      | 6  | 2      | 4            |                    | 30          |                 |
|   |                | 8       | 1                  | 36      | 4  |        |              |                    | 32          | зачет с оценкой |

### 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Инновационные технологии в рекламе и связях с общественностью.

#### 1.1. Цели освоения дисциплины:

Теоретическое содержание курса предполагает изучение специфики и актуальных проблем технологий, а также классификации технологий и приемов, стадий процесса работы с инновационными технологиями в рекламе и связях с общественностью, методов работы, оценки эффективности результатов.

Практическое содержание курса предполагает приобретение навыков работы с инновационными технологиями в области рекламы и связей с общественностью, а именно в коммерческой сфере.

Также ставится цель повысить уровень необходимых знаний о характере общественных отношений в профессиональной среде; укрепить знания теоретических представлений о деятельности в профессиональной деятельности, а также практических навыков; вооружить методологией решения практических задач в области работы с инновационными технологиями.

## 1.2. Задачи дисциплины:

В результате освоения дисциплины студент должен:

- формирование способностей к самостоятельному анализу и поиску информации, необходимой для решения профессиональных задач, должен ориентироваться в различных видах инновационных технологий рекламы и коммуникаций в интернет-среде, видеть общие структурные закономерности деятельности инновационных технологий в сфере рекламы и связей с общественностью. Овладение методами работы в с инновационными технологиями в сфере рекламы и связей с общественностью позволит студентам расширить возможности профессиональной деятельности, научит планировать и осуществлять интернет-коммуникации, повысит общую эрудицию и профессиональную квалификацию. - также освоение данной дисциплины позволит привить практические навыки работы с инновационными технологиями в Интернете;
- научить распознавать и использовать на практике различные виды коммуникации в Интернете.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

**ПК-1** Способен участвовать в осуществлении проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами

| Формируемая компетенция  | Планируемые результаты обучения |   | Код результата обучения |
|--|---------------------------------|---|-------------------------|
| <b>ПК-1</b><br>Способен участвовать в осуществлении проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами | <b>Знать</b>                    | - типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью и методы их реализации при помощи инновационных технологий в рекламе и связях с общественностью в бизнесе;     | ПК-1 – 31               |
|  |                                 | - специфику и актуальные проблемы инновационных технологий  | ПК-1 – 32               |
|  | <b>Уметь</b>                    | - готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью с использованием инновационных технологий в рекламе и связях с общественностью в бизнесе; | ПК-1 – У1               |

|  |                |   |           |
|--|----------------|---|-----------|
|  |                | - работать с инновационными технологиями в области рекламы и связей с общественностью, а именно в коммерческой сфере.   | ПК-1 – У2 |
|  | <b>Владеть</b> | -навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта с использованием инновационных технологий в рекламе и связях с общественностью в бизнесе. | ПК-1 – В1 |
|  |                | - методами работы в с инновационными технологиями в сфере рекламы и связей с общественностью  | ПК-1 – В2 |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.В.ДЭ.03.01 Инновационные технологии в рекламе и связях с общественностью является элективной дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана, изучается студентами четвертого курса в седьмом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.**

Дисциплина предполагает изучение 9 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачётных единицы (72 часа).

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам. работа | вид контроля    |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|-------------|-----------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |             |                 |
| 1 | Очная          | 7       | 2                  | 72      | 36   | 10     | 26           |                    | 36          | Зачет с оценкой |
| 2 | Очно-заочная   | 9       | 2                  | 72      | 26   | 10     | 16           |                    | 46          | Зачет с оценкой |
| 3 | Заочная        | 9       | 1                  | 36      | 6  | 2      | 4            |                    | 30          |                 |
|   |                | 10      | 1                  | 36      | 4  |        |              |                    | 32          | Зачет с оценкой |

### 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Реклама и связи с общественностью в системе интернет-коммуникаций.

#### 1.1. Цели освоения дисциплины:

Повысить уровень необходимых знаний о характере общественных отношений в профессиональной среде; укрепить знания теоретических представлений о деятельности в профессиональной деятельности, а также практических навыков; вооружить методологией решения практических задач в области работы с технологиями рекламы и связей с общественностью в Интернете.

#### 1.2. Задачи дисциплины:

В результате освоения дисциплины студент должен:

- формирование способностей к самостоятельному анализу и поиску информации, необходимой для решения профессиональных задач, должен ориентироваться в различных видах инновационных технологий рекламы и коммуникаций в интернет-среде, видеть общие структурные закономерности деятельности инновационных технологий в

сфере рекламы и связей с общественностью. Овладение методами работы в с инновационными технологиями в сфере рекламы и связей с общественностью позволит студентам расширить возможности профессиональной деятельности, научит планировать и осуществлять интернет-коммуникации, повысит общую эрудицию и профессиональную квалификацию. - также освоение данной дисциплины позволит привить практические навыки работы с инновационными технологиями в Интернете;

- научит распознавать и использовать на практике различные виды коммуникации в Интернете.

Теоретическое содержание курса предполагает изучение специфики и актуальных проблем технологий в интернете, а также классификации технологий и приемов, стадий процесса работы в рекламе и связях с общественностью а интернете, методов работы, оценки эффективности результатов.

Практическое содержание курса предполагает приобретение навыков работы в области рекламы и связей с общественностью в интернете, а именно в коммерческой сфере.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

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

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

**ПК-1** Способен участвовать в осуществлении проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами

| Формируемая компетенция  | Планируемые результаты обучения |  | Код результата обучения |
|--|---------------------------------|--|-------------------------|
| ПК-1 Способен участвовать в осуществлении проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами | Знать                           | - типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью в системе интернет-коммуникаций;                      | ПК-1 – 31               |
|  | Уметь                           | - готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью в системе интернет-коммуникаций; | ПК-1 – У1               |
|  | Владеть                         | -навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при  | ПК-1 – В1               |

|  |  |   |  |
|--|--|---|--|
|  |  | создании коммуникационного продукта в системе интернет-коммуникаций |  |
|--|--|---|--|

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.В.ДЭ.03.02 Реклама и связи с общественностью в системе интернет-коммуникаций является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана, изучается студентами четвертого курса в седьмом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

### 4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.

Дисциплина предполагает изучение 16 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачётных единицы (72 часа).

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам. работа | вид контроля    |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|-------------|-----------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |             |                 |
| 1 | Очная          | 7       | 2                  | 72      | 36   | 10     | 26           |                    | 36          | зачет с оценкой |
| 2 | Очно-заочная   | 9       | 2                  | 72      | 26   | 10     | 16           |                    | 46          | зачет с оценкой |
| 3 |                | Заочная | 9                  | 1       | 36   | 6      | 2            | 4                  |             | 30              |
|   | 10             |         | 1                  | 36      | 4  |        |              |                    | 32          | зачет с оценкой |

### 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Реклама и связи с общественностью в формировании социальной ответственности бизнеса

**1.1.Цели дисциплины:** изучение специфики и актуальных проблем технологий формирования социальной ответственности бизнеса, а также классификации технологий и приемов, стадий процесса работы в рекламе и связях с общественностью, методов работы, оценки эффективности результатов.

Практическое содержание курса предполагает приобретение навыков формирования социальной ответственности бизнеса.

Также ставится цель повысить уровень необходимых знаний о характере общественных отношений в профессиональной среде; укрепить знания теоретических представлений о деятельности в профессиональной деятельности, а также практических навыков; вооружить методологией решения практических задач в области работы с технологиями рекламы и связей с общественностью при формировании социальной ответственности бизнеса.

### 1.2.Задачи дисциплины:

– усвоение теоретико-методологических подходов к определению сущности корпоративной социальной ответственности,

– определение корпоративной социальной ответственности в формировании имиджа и репутации организации;

– исследование ключевых элементов корпоративной социальной ответственности;  
– усвоение методических и технологических основ формирования и развития корпоративной социальной ответственности;

- освоение инструментов реализации корпоративной социальной ответственности;
- изучение макрорегуляторов социального развития предприятий и социальной отчетности;
- освоение методов оценки корпоративной социальной ответственности.
- развитие навыков проектирования и разработки социальных программ и проектов в организации.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен овладеть следующими компетенциями:

**ПК-3** Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта

| Формируемая компетенция   | Планируемые результаты обучения |   | Код результата обучения |
|---|---------------------------------|---|-------------------------|
| <b>ПК-3</b><br>Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта | <b>Знать</b>                    | - правила создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта с использованием принципов социальной ответственности в бизнесе; | ПК-3 – 31               |
|   |                                 | -правила осуществления авторской деятельности с учетом специфики разных типов СМИ и других СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта   | ПК-3 – 32               |
|   | <b>Уметь</b>                    | - создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью  | ПК-3 – У1               |
|   |                                 | -применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта с использованием принципов социальной ответственности в бизнесе;   | ПК-3 – У2               |
|   | <b>Владеть</b>                  | -навыками создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании с использованием принципов социальной ответственности в бизнесе.   | ПК-3 – В1               |
|   |                                 | -навыками осуществления авторской деятельности с учетом специфики разных типов СМИ и других СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта  | ПК-3 – В2               |

### 3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

ФТД.В.01 Реклама и связи с общественностью в формировании социальной ответственности бизнеса является факультативной дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана, изучается студентами третьего курса в пятом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

### 4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.

Дисциплина предполагает изучение 7 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачётных единицы (72 часа).

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам. работа | вид контроля    |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|-------------|-----------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |             |                 |
| 1 | Очная          | 5       | 2                  | 72      | 36   | 14     | 22           |                    | 36          | зачет с оценкой |
| 2 | Очно-заочная   | 7       | 2                  | 72      | 26   | 10     | 16           |                    | 46          | зачет с оценкой |
| 3 | Заочная        | 7       | 1                  | 36      | 6  | 2      | 4            |                    | 30          |                 |
|   |                | 8       | 1                  | 36      | 4  |        |              |                    | 32          | зачет с оценкой |

#### 1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Связи бизнеса с государством, технологии лоббирования.

**1.1.Цели дисциплины:** повысить уровень необходимых знаний о характере общественных отношений в профессиональной среде; укрепить знания теоретических представлений о деятельности в профессиональной деятельности, а также практических навыков; вооружить методологией решения практических задач в области работы с технологиями рекламы и связей с общественностью при установлении контактов с государственными структурами.

#### 1.2.Задачи дисциплины:

- изучить теоретические аспекты понятия «лоббирование» и выявить основные способы взаимодействия лоббирования с органами государственной власти;
- рассмотреть отдельные аспекты функционирования институтов публичной власти, как системное явление, с обоснованием существенных компонентов системы государственного и муниципального управления;
- разработать метод возможного использования методов лоббирования в системе продвижения интересов коммерческих структур и обозначить тенденции развития данной тематики.

Теоретическое содержание курса предполагает изучение специфики и актуальных проблем технологий лоббирования и GR, а также классификации технологий и приемов, стадий процесса работы в рекламе и связях с общественностью, методов работы, оценки эффективности результатов.

Практическое содержание курса предполагает приобретение навыков работы в области рекламы и связей с общественностью в интернете, а именно в коммерческой



сфере.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен овладеть следующими компетенциями:

**ПК-4** Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

| Формируемая компетенция  | Планируемые результаты обучения |   | Код результата обучения |
|--|---------------------------------|---|-------------------------|
| <b>ПК-4</b><br>Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий | <b>Знать</b>                    | - функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью и использование технологий лоббирования и связи бизнеса с государством | ПК-4 – 31               |
|  |                                 | - разнообразные методы исследований в области СМИ различной направленности при осуществлении лоббирования и связи с государством  | ПК-4 – 32               |
|  |                                 | - особенности измерений медиакоммуникаций в коммерческой сфере при использовании технологий лоббирования и связи бизнеса с государством;  | ПК-4 – 33               |
|  | <b>Уметь</b>                    | - осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии при осуществлении технологий лоббирования и связи бизнеса с государством;  | ПК-4 – У1               |
|  |                                 | - организовать маркетинговое исследование в области СМИ в рамках бизнес-проекта при использовании технологий лоббирования и связи бизнеса с государством;   | ПК-4 – У2               |
|  |                                 | - разработать маркетинговую бизнес-стратегию различной бизнес-направленности для продукции СМИ при использовании технологий лоббирования и связи бизнеса с государством;  | ПК-4 – У3               |
|  | <b>Владеть</b>                  | - навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций при осуществлении технологий лоббирования и связи бизнеса с государством;  | ПК-4 – В1               |
|  |                                 | - навыками организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции  | ПК-4 – В2               |

|  |  |   |           |
|--|--|---|-----------|
|  |  | СМИ при использовании технологий лоббирования и связи бизнеса с государством;   |           |
|  |  | - навыками осуществления контроля и проведения оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ при использовании технологий лоббирования и связи бизнеса с государством. | ПК-4 – В3 |

### 3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

ФТД.В.02 Связи бизнеса с государством, технологии лоббирования является факультативной дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана, изучается студентами четвертого курса в седьмом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

### 4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.

Дисциплина предполагает изучение 11 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачётных единицы (72 часа).

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам. работа | вид контроля    |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|--|--------|--------------|--------------------|-------------|-----------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего  | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |             |                 |
| 1 | Очная          | 7       | 2                  | 72      | 36   | 14     | 22           |                    | 36          | зачет с оценкой |
| 2 | Очно-заочная   | 9       | 2                  | 72      | 26   | 10     | 16           |                    | 46          | зачет с оценкой |
| 3 | Заочная        | 9       | 1                  | 36      | 6  | 2      | 4            |                    | 30          |                 |
|   |                | 10      | 1                  | 36      | 4  |        |              |                    | 32          | зачет с оценкой |