

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Серяков Владимир Дмитриевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 04.03.2024 16:51:21
Уникальный программный идентификатор:
a8a5e969b08c5e57b011bba6b38ed24f6da2f41a

**АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ИНСТИТУТ СОВРЕМЕННОГО
ОБРАЗОВАНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

**АННОТАЦИИ
рабочих программ учебных дисциплин**

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

**профиль подготовки: реклама и связи с общественностью в системе
государственного и муниципального управления**

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Формы обучения: очная, очно-заочная, заочная

Москва – 2023

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Философия.

Учебная дисциплина «Философия» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

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.

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код С).

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

В результате освоения дисциплины 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 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Знать	основные философские понятия и категории, закономерности;	УК-5 – 31
		закономерности функционирования человека, природы и общества.	УК-5 – 32
	Уметь	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
	Владеть	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 (МОДУЛЯ) 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).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Темы дисциплины «Философия» связаны с соответствующими темами дисциплин «История России», что способствует более плодотворной работе студентов над творческими проектами.

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «Философия» являются базой для изучения следующих дисциплин: «Основы российской государственности», «Психология», «Политология», «Социология», «Логика и теория аргументации».

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением практических занятий, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Институтом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

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 9 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы (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	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 России.

Учебная дисциплина «История России» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

Цели освоения дисциплины: формирование у студентов исторического сознания, что является основой понимания сущности происходящих в России и мире процессов и событий.

Задачи дисциплины:

- дать студентам научные и методологические знания об историческом процессе;
- сформировать понимание особенностей российского исторического развития на общемировом фоне;
- выработать способность осмысливать процессы, события и явления в России и мире в их динамике и взаимосвязи, руководствуясь принципом историзма;
- научить формулировать и аргументированно отстаивать патриотическую позицию по проблемам отечественной истории.

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код 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:

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

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения		Код результата обучения
УК-5 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 (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

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

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Темы дисциплины «История России» связаны с соответствующими темами дисциплины «Философия», что способствует более плодотворной работе студентов над творческими проектами.

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «История России» являются основой для изучения дисциплины «Основы российской государственности».

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением семинарских занятий, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Институтом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

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 8 разделов и 28 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	58	24	34		14	Зачет (4 часа)
		2	2	72	58	24	34		14	Зачет с оценкой (4 часа)
2	Очно-заочная	1	2	72	30	10	20		42	Зачет (4 часа)
		2	2	72	30	10	20		42	Зачет с оценкой (4 часа)
3	Заочная	1	1	72	38	14	24		34	
		2	1	36	20	6	14		16	Зачет (4 часа)
		3	1	36					32	Зачет с оценкой (4 часа)

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Иностранный язык.

Учебная дисциплина «Иностранный язык» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

Учебная дисциплина «Иностранный язык» является одной из важнейших дисциплин в структуре социально-гуманитарного знания. Она дает студентам возможность расширить профессиональный кругозор, выработать аналитические навыки, необходимые для решения в будущем профессиональных задач.

Цели освоения дисциплины:

- 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.

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код С).

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ 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
УК-4	Знать	общую, деловую и профессиональную лексику	УК-4 – 31

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.

Учебная дисциплина «Русский язык и культура речи» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

Учебная дисциплина «Русский язык и культура речи» является одной из важнейших дисциплин в структуре социально-гуманитарного знания. Она дает студентам возможность повысить культуру разговорной речи, обучение речевым средствам установления и поддержания доброжелательных личных отношений.

Цели освоения дисциплины: 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.

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код С).

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен овладеть 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
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Знать	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
	Уметь	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
	Владеть	нормами устной и письменной литературной речи	УК-4 – В1
		навыками публичного выступления с четко выстроенной системой аргументации	УК-4 – В2
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	Знать	виды медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;	ОПК-1 – 31
		нормы русского и иностранного языков	ОПК-1 – 32
	Уметь	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
	Владеть	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, поддержать разговор в ходе совместного обсуждения актуальных тем.	ОПК-1 – В2

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 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).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Темы дисциплины «Русский язык и культура речи» связаны с соответствующими темами дисциплин «Философия», «Ведение в современную коммуникацию», что способствует совершенствованию коммуникативных умений и навыков в профессиональной деятельности.

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «Русский язык и культура речи» являются базой для изучения дисциплин: «Иностранный язык», «Профессиональная этика», «Деловое общение», а так же написания творческих проектов.

Развитие у обучающихся навыков межличностной коммуникации и культуры общения обеспечивается проведением лекций и практических занятий, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Институтом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

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 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	12	2	10		96	Зачет с оценкой (4 часа)

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Социология.

Учебная дисциплина «Социология» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

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.

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код С).

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ 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
УК-1 способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знать	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
	Уметь	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
	Владеть	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
УК-3 способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.	Знать	социальные феномены, категории, методы изучения и описания социальных явлений	УК-3 – 31
		основные механизмы социального взаимодействия	УК-3 – 32
	Уметь	разрабатывать рекомендации по обеспечению социального взаимодействия сотрудников, снижению конфликтности, решению управленческих задач	УК-3 – У1
		применять знания социологии в профессиональной деятельности	УК-3 – У2

	Владеть	методами организации социального взаимодействия в рекламной деятельности, создания благоприятных условий труда	УК-3 – В1
		базовыми знаниями и методами социологической науки;	УК-3 – В2
ОПК-2 способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Знать	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
	Уметь	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
	Владеть	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 (МОДУЛЯ) 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).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Темы дисциплины «Социология» связаны с соответствующими темами дисциплин «История России», «Философия», что способствует более плодотворной работе студентов над творческими проектами.

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «Социология» являются базой для изучения дисциплины «Социология массовых коммуникаций».

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением практических занятий, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Институтом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

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 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		27	Экзамен
3	Очно-заочная	1	3	108	38	16	22		43	Экзамен
2	Заочная	1	2	72	8	2	6		64	
		2	1	36					27	Экзамен

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Основы российской государственности.

Учебная дисциплина «Основы российской государственности» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

Учебная дисциплина «Основы российской государственности» является одной из важнейших дисциплин в структуре социально-гуманитарного знания.

Цели освоения дисциплины: формирование у обучающихся системы знаний, навыков и компетенций, а также ценностей, правил и норм поведения, связанных с осознанием принадлежности к российскому обществу, развитием чувства патриотизма и гражданственности, формированием духовно-нравственного и культурного фундамента развитой и цельной личности, осознающей особенности исторического пути российского государства, самобытность его политической организации и сопряжение индивидуального достоинства и успеха с общественным прогрессом и политической стабильностью своей Родины.

Задачи дисциплины:

- представить историю России в её непрерывном цивилизационном измерении, отразить её наиболее значимые особенности, принципы и актуальные ориентиры;

- раскрыть ценностно-поведенческое содержание чувства гражданственности и патриотизма, неотделимого от развитого критического мышления, свободного развития личности и способности независимого суждения об актуальном политико-культурном контексте;

- рассмотреть фундаментальные достижения, изобретения, открытия и свершения, связанные с развитием русской земли и российской цивилизации, представить их в актуальной и значимой перспективе, воспитывающей в гражданине гордость и сопричастность своей культуре и своему народу;

- представить ключевые смыслы, этические и мировоззренческие доктрины, сложившиеся внутри российской цивилизации и отражающие её многонациональный, многоконфессиональный и солидарный (общинный) характер;

- рассмотреть особенности современной политической организации российского общества, каузальную природу и специфику его актуальной трансформации, ценностное обеспечение традиционных институциональных решений и особую поливариантность взаимоотношений российского государства и общества в федеративном измерении;

- исследовать наиболее вероятные внешние и внутренние вызовы, стоящие перед лицом российской цивилизации и её государственностью в настоящий момент, обозначить ключевые сценарии её перспективного развития;

- обозначить фундаментальные ценностные принципы (константы) российской цивилизации (единство многообразия, суверенитет (сила и доверие), согласие и сотрудничество, любовь и ответственность, созидание и развитие), а также связанные между собой ценностные ориентиры российского цивилизационного развития (такие как стабильность, миссия, ответственность и справедливость).

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код С).

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

В результате освоения дисциплины 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 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Знать	фундаментальные достижения, изобретения, открытия и свершения, связанные с развитием русской земли и российской цивилизации, представлять их в актуальной и значимой перспективе;	УК-5 – 31
		особенности современной политической организации российского общества, каузальную природу и специфику его актуальной трансформации, ценностное обеспечение традиционных институциональных решений и особую поливариантность взаимоотношений российского государства и общества в федеративном измерении;	УК-5 – 32
		фундаментальные ценностные принципы российской цивилизации (такие как многообразие, суверенность, согласие, доверие и созидание), а также перспективные ценностные ориентиры российского цивилизационного развития (такие как стабильность, миссия,	УК-5 – 33

		ответственность и справедливость	
Уметь		адекватно воспринимать актуальные социальные и культурные различия, уважительно и бережно относиться к историческому наследию и культурным традициям;	УК-5 – У1
		находить и использовать необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп;	УК-5 – У2
		проявлять в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира;	УК-5 – У3
Владеть		навыками осознанного выбора ценностных ориентиров и гражданской позиции;	УК-5 – В1
		навыками аргументированного обсуждения и решения проблем мировоззренческого, общественного и личного характера;	УК-5 – В2
		развитым чувством гражданственности и патриотизма, навыками самостоятельного критического мышления.	УК-5 – В3

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

Б1.О.06 Основы российской государственности является дисциплиной обязательной части Блока 1 учебного плана и изучается обучающимися первого курса в первом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Темы дисциплины «Основы российской государственности» связаны с соответствующими темами дисциплин «Философия», «История России», что способствует совершенствованию коммуникативных умений и навыков в профессиональной деятельности.

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «Основы российской государственности» являются базой для прохождения практики, а так же написания творческих проектов.

Развитие у обучающихся навыков межличностной коммуникации и культуры общения обеспечивается проведением лекций и практических занятий, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Институтом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

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 5 разделов, 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	1	2	72	54	18	36		18	Зачет с

										оценкой
2	Очно-заочная	1	2	72	30	10	20		42	Зачет с оценкой
3	Заочная	1	2	72	26	6	20		46	Зачет с оценкой

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Безопасность жизнедеятельности.

Учебная дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

Целью 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, получение знаний, умений и навыков, необходимых для становления в качестве граждан способных и готовых к выполнению воинского долга и обязанности по защите своей Родины в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Задачи дисциплины:

-получение студентами знаний о типологии и содержании основных областей угроз для безопасности жизнедеятельности;

-развитие умения минимизировать отрицательные последствия угроз безопасности жизнедеятельности;

-развитие навыков познавательной и практической деятельности, направленной на профилактику и преодоление последствий угроз безопасности жизнедеятельности;

-формирование у обучающихся понимания главных положений военной доктрины Российской Федерации, а также основ военного строительства и структуры Вооруженных Сил Российской Федерации (ВС РФ);

-формирование у обучающихся высокого общественного сознания и воинского долга;

-воспитание дисциплинированности, высоких морально-психологических качеств личности гражданина - патриота;

-освоение базовых знаний и формирование ключевых навыков военного дела;

-раскрытие специфики деятельности различных категорий военнослужащих ВС РФ;

-ознакомление с нормативными документами в области обеспечения обороны государства и прохождения военной службы;

-формирование строевой подтянутости, уважительного отношения к воинским ритуалам и традициям, военной форме одежды;

-изучение и принятие правил воинской вежливости;

-овладение знаниями уставных норм и правил поведения военнослужащих.

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код С).

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся должен 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;

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

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения		Код результата обучения
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	Знать	основные понятия и определения, используемыми в сфере безопасности в профессиональной деятельности; основные виды опасностей и рисков, возникающих в профессиональной деятельности	УК-8 – 31
		основные положения Военной доктрины РФ; правовое положение и порядок прохождения военной службы;	УК-8 – 32
	Уметь	создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности	УК-8 – У1
		правильно применять и выполнять положения общевоинских уставов ВС РФ; давать оценку международным военно-политическим и внутренним событиям и фактам с позиции патриота своего Отечества;	УК-8 – У2
	Владеть	навыками познавательной и практической деятельности, направленной на профилактику и преодоление последствий угроз безопасности жизнедеятельности.	УК-8 – В1
		навыками подготовки к ведению общевоинского боя;	УК-8 – В2
УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма,	Знать	сущность понятий экстремизм и терроризм	УК-10 – 31
		основные признаки проявления экстремизма и терроризма	УК-10 – 32
	Уметь	выявлять причины и условия существования террористической угрозы	УК-10 – У1

коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности.		строить профессиональную деятельность на основе требований законодательных и нормативно-правовых документов в сфере безопасности и противодействия террористической угрозе;	УК-10 – У2
	Владеть	навыками работы с законодательством по вопросам, касающимся проявлений экстремизма и терроризма,	УК-10 – В1
		навыками профилактической работы в сфере противодействия экстремизму и терроризму.	УК-10 – В2

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Б1.О.07 «Безопасность жизнедеятельности» является дисциплиной обязательной части Блока 1 учебного плана, и изучается обучающимися первого, второго курсов во 2 и 3 семестрах очной формы обучения (полный срок обучения).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Темы дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» связаны с соответствующими темами дисциплин: «Философия», «Политология», что способствует более плодотворной работе студентов над творческими проектами.

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» являются базой для прохождения производственной практики.

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением семинарских занятий, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Институтом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

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 13 разделов, 25 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных 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	2	2	72	42	14	28		30	Зачет
		3	3	108	72	26	46		36	Зачет с оценкой
2	Очно-заочная	2	2	72	26	10	16		46	Зачет
		3	3	108	46	18	28		62	Зачет с оценкой
3	Заочная	2	2	72	8	2	6		64	
		3	2	72	20	6	14		52	Зачет
		4	1	36	4				32	Зачет с оценкой

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Психология.

Учебная дисциплина «Психология» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

Цель освоения дисциплины: 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.

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код С).

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся должен овладеть 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
ОПК- 2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах	Знать	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	ОПК-2 – 32

и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах		рекламного текста без обратной связи; суггестивные психотехнологии в рекламе;	
	Уметь	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
	Владеть	навыками по организации и планированию рекламной деятельности	ОПК-2 – В1
методами анализа рекламных продуктов; методами и приемами психологии рекламы		ОПК-2 – В2	

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 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).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Базой для изучения дисциплины «Психология» являются следующие дисциплины: «Философия», «Социология».

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Знания, полученные в процессе изучения дисциплины «Психология» помогают освоить следующие дисциплины: «Психология массовых коммуникаций», «Социология массовых коммуникаций», «Деловое общение».

Развитие у обучающихся навыков работы в сфере безопасности жизнедеятельности обеспечивается чтением лекций, проведением семинарских занятий, содержание которых разработано на основе результатов практической деятельности, осуществляемой студентами в Институте, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

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 6 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	16	20		36	зачет с оценкой
2	Очно-заочная	3	2	72	28	12	16		44	зачет с оценкой
3	Заочная	3	1	36	6	2	4		30	
		4	1	36	4				32	зачет с оценкой

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Политология.

Учебная дисциплина «Политология» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

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.

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код С).

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен 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
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Знать	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
	Уметь	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
	Владеть	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
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	Знать	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
	Уметь	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
	Владеть	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 (МОДУЛЯ) 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).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Темы дисциплины «Политология» связаны с соответствующими темами дисциплины «Философия», «История России» что способствует более плодотворной работе студентов над творческими проектами.

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «Политология» являются базой для изучения дисциплин «Связи с общественностью в кризисных ситуациях в политической сфере»,

«Виртуальный образ политической партии», а так же для прохождения производственной практики.

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением семинарских занятий, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Институтom, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

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 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	2	2	72	38	14	24		34	Зачет с оценкой
2	Очно-заочная	3	2	72	28	12	16		44	Зачет с оценкой
3	Заочная	3	1	36	6	2	4		30	
		4	1	36	4				32	Зачет с оценкой

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Физическая культура и спорт.

Учебная дисциплина «Физическая культура и спорт» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

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.

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код С).

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины 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 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной	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

								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.

Учебная дисциплина «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

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.

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код С).

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины 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 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 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
	Владеть	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 (МОДУЛЯ) 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).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Темы дисциплины «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» связаны с соответствующими темами дисциплин «Физическая подготовка и спорт», «Безопасность жизнедеятельности» что способствует более плодотворной работе студентов над творческими проектами.

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением практических занятий, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Институтom, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

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 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	кур.раб/контр. раб		
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:

Основы теории коммуникаций.

Учебная дисциплина «Основы теории коммуникаций» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в государственном и муниципальном управлении» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

«Основы теории коммуникаций» является одной из профессиональных дисциплин, которая готовит выпускника к проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью. Данная дисциплина является прикладной и направлена на усвоение профессиональных умений и навыков, позволяющих полноценно выполнять обязанности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

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.

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код 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:

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
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Знать	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
	Уметь	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
	Владеть	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
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	Знать	тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира;	ОПК-5 – 31
		политические и экономические механизмы функционирования, правовые и этические нормы регулирования региона, страны и мира;	ОПК-5 – 32
	Уметь	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
	Владеть	терминологией и методами исследования коммуникативных процессов	ОПК-5 – В1
		навыками использования различных видов коммуникации в профессиональной деятельности	ОПК-5 – В2

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

Б1.О.12 Основы теории коммуникации является дисциплиной обязательной части Блока 1 учебного плана и изучается студентами первого курса в первом и во втором семестрах очной формы обучения (полный срок обучения).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Профессиональные компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины «Основы теории коммуникаций» базируются на основе изучения следующих дисциплин: «Иностранный язык», «Русский язык и культура речи», «Теория и практика массовой информации».

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «Основы теории коммуникации» являются базой для освоения следующих дисциплин: «Психология массовых коммуникаций», «Иностранный язык в профессиональной сфере», «Реклама в коммуникационном процессе», «Деловое общение», «Основы менеджмента», «Основы маркетинга», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)», «Профессионально-ознакомительная практика», «Профессионально-творческая практика», «Проектная практика», «Преддипломная практика», «Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена», «Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы».

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 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.

Учебная дисциплина «Теория и практика массовой информации» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

«Теория и практика массовой информации» является одной из профессиональных дисциплин, которая готовит выпускника к авторской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью и позволяет усвоить основы устройства системы СМИ и основы журналистики. Данная дисциплина является как теоретической, так и прикладной и направлена на усвоение профессиональных умений и навыков, позволяющих полноценно выполнять обязанности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

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.

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 особый 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 сведущими 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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код 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:

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
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Знать	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) языке(ах) при взаимодействии со СМИ;	УК-4 – 32
	Уметь	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
	Владеть	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
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	Знать	виды медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;	ОПК-1 – 31
		нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем;	ОПК-1 – 32
	Уметь	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
	Владеть	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
		навыками устно и письменно представлять результаты своей деятельности на иностранном(ых) языке(ах) в виде текстов для СМИ, поддержать разговор в ходе совместного обсуждения актуальных тем.	ОПК-1 – В2
ПК-3 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других СМИ и имеющегося мирового и	Знать	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
	Уметь	создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с	ПК-3-У1

отечественного опыта		общественностью;	
		применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта;	ПК-3-У2
	Владеть	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 (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

Б1.О.13 Теория и практика массовой информации является дисциплиной обязательной части Блока 1 учебного плана и изучается студентами первого курса в первом, втором семестрах очной формы обучения (полный срок обучения).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Профессиональные компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины «Теория и практика массовой информации» базируются на основе изучения следующих дисциплин: «Иностранный язык», «Русский язык и культура речи», «Основы теории коммуникаций».

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «Теория и практика массовой информации» являются базой для освоения следующих дисциплин и усвоения компетенций: «Реклама в коммуникационном процессе», «Иностранный язык в профессиональной сфере», «Деловое общение», «Профессионально-ознакомительная практика», «Профессионально-творческая практика», «Проектная практика», «Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена», «Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы».

Развитие у обучающихся навыков написания текстов, медиапродуктов, обеспечивается чтением лекций, проведением семинарских занятий, содержание которых разработано на основе результатов практической деятельности, осуществляемой студентами в Институте, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

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 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	2	2	72	8	2	6		64	
		3	3	108	14	4	10		94	Зачет
		4	1	36	11			2	25	Экзамен

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

История отечественной и зарубежной культуры.

Учебная дисциплина «История отечественной и зарубежной культуры» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

Цели освоения дисциплины: ознакомление студентов с мировым культурным наследием, выявление основных особенностей развития мировой культуры и искусства и приобретение навыков искусствоведческого анализа, необходимых для практической работы.

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код С).

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся должен овладеть 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 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в	Знать	основные философские понятия и категории, закономерности;	УК-5 – 31
		закономерности функционирования человека, природы и общества.	УК-5 – 32

социально-историческом, этическом и философском контекстах	Уметь	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
	Владеть	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
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Знать	понятие «культура», сущность, функции и типологию культуры; 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; значение культуры для развития, сохранения человеческого общества и каждой личности; 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
	Уметь	различать массовую и элитарную культуру и осознавать значение каждой в развитии современного человека; видеть и понимать существующую взаимосвязь культурологической, философской, исторической и т. д. мысли; 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; анализировать развитие исторических типов культуры; выявлять динамику ценностных ориентиров человека через его картину мира;	ОПК-3 – У2
	Владеть	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 (МОДУЛЯ) 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).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Изучение дисциплины «История отечественной и зарубежной культуры» требует основных знаний, умений и компетенций студента по курсам: «Философия», «История России».

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Знания, полученные в процессе изучения дисциплины «История отечественной и зарубежной культуры», помогают освоить следующие дисциплины: «Основы рекламы и связей с общественностью», «Социология массовых коммуникаций».

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением практических занятий, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Институт, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

5. 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 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	10	26		36	зачет с оценкой
2	Очно-заочная	2	2	72	28	12	16		44	зачет с оценкой
3	Заочная	2	2	36	6	2	4		30	зачет с оценкой
		3	2	36	4				32	зачет с оценкой

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Основы рекламы и связей с общественностью.

Учебная дисциплина «Основы рекламы и связей с общественностью» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с

общественность», утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

«Основы рекламы и связей с общественностью» является одной из профессиональных дисциплин, которая готовит выпускника к авторской, организаторской и проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью и позволяет усвоить основы работы на рынке профессиональной деятельности. Данная дисциплина является теоретической с элементами прикладных знаний и направлена на усвоение профессиональных умений и навыков, позволяющих полноценно выполнять обязанности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

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 государственном и муниципальном управлении.

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.

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код С).

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен 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
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Знать	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
	Уметь	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
	Владеть	методами организации рекламы и связей с общественностью	ОПК-2 – В1
		навыками формирования и продвижения корпоративного имиджа	ОПК-2 – В2
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	Знать	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
	Уметь	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
	Владеть	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 (МОДУЛЯ) 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).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Профессиональные компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины «Основы рекламы и связей с общественностью» базируются на основе изучения следующих дисциплин: «Социология», «Основы теории коммуникаций», «Теория и практика массовой информации».

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «Основы рекламы и связей с общественностью» являются базой для освоения следующих дисциплин: «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью».

Развитие у обучающихся навыков работы в сфере рекламы и связей с общественностью обеспечивается чтением лекций, проведением семинарских занятий, содержание которых разработано на основе результатов практической деятельности, осуществляемой студентами в Институте, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

Развитие у обучающихся указанных навыков обеспечивается чтением интерактивных лекций по всем темам, проведением практических занятий по темам 1-16.

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 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	
		3	3	108	54	20	34		27	Экзамен
2	Очно-заочная	2	3	108	38	12	26		70	
		3	3	108	36	12	24		45	Экзамен
3	Заочная	2	3	108	12	4	8		96	
		3	2	72	14	4	10		58	Зачет
		4	1	36	9				27	Экзамен

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью.

Учебная дисциплина «Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в государственном и муниципальном управлении» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

«Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью» является одной из профессиональных дисциплин, которая готовит выпускника к проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью. Данная дисциплина является прикладной и

направлена на усвоение профессиональных умений и навыков, позволяющих полноценно выполнять обязанности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

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.

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код С).

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

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

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

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
УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, 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

и противодействовать им в профессиональной деятельности.	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
		навыками разработки мер предупреждения данных правонарушений, а также устранения причин и условий, способствующие их совершению.	УК- 10 – В2
ОПК-2 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 (МОДУЛЯ) 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).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Профессиональные компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины «Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью» базируются на основе изучения следующих дисциплин: «История России», «Социология», «Психология», «Политология», «Основы рекламы и связи с общественностью», «Профессионально-ознакомительная практика».

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины "Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью" являются базой для освоения следующих дисциплин: «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Профессионально-творческая практика», «Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена», «Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы».

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 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.

Учебная дисциплина «Профессиональная этика» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

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.

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 19 июля 2022 г. №

420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код С).

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ 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 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 (МОДУЛЯ) 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).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Темы дисциплины «Профессиональная этика» связаны с соответствующими темами дисциплин «Русский язык и культура речи», «Психология», «Введение в современную коммуникацию», что способствует более плодотворной работе студентов над творческими проектами.

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «Профессиональная этика» являются базой для освоения следующих дисциплин: «Психология массовых коммуникаций», «Деловое общение».

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением практических занятий, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Институтom, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

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 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	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:

Информационные технологии в рекламной деятельности.

Учебная дисциплина «Информационные технологии в рекламной деятельности» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

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.

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код С).

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

В результате изучения дисциплины 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
ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.	Знать	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
	Уметь	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
	Владеть	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 (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

Б1.О.18 «Информационные технологии в рекламной деятельности» является дисциплиной обязательной части Блока 1 учебного плана и изучается обучающимися второго курса в третьем семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Темы дисциплины «Информационные технологии в рекламной деятельности» связаны с соответствующими темами дисциплины «Основы теории коммуникаций», что способствует более плодотворной работе студентов над творческими проектами.

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «Информационные технологии в рекламной деятельности» являются базой для освоения следующих дисциплин: «Системы искусственного интеллекта», «Телекоммуникационные и компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Управление сайтом государственного и муниципального учреждения».

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением семинарских занятий, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Институтом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

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 12 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	28	8	20		44	зачет с оценкой
3	Заочная	3	1	36	8	2	6		28	
		4	1	36	4				32	зачет с оценкой

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Экономика.

Учебная дисциплина «Экономика» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

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.

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными

ресурсами (код С).

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

В результате освоения дисциплины 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
УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.	Знать	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
	Уметь	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
	Владеть	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
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.	Знать	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
	Уметь	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
	Владеть	навыками разработки и внедрения организационной структуры управления организации исходя из экономических механизмов	ОПК-5 – В.1

		их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	
		информационными технологиями, нормативно-правовой базой профессиональной деятельности; методами расчёта, оценки и контроля основных экономических характеристик проектируемого объекта.	ОПК-5 – В.2

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

Б1.О.19 Экономика является дисциплиной обязательной части Блока 1 учебного плана, изучается обучающимися второго курса в третьем семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Освоение дисциплины основывается на знаниях, умениях и навыках, приобретенных при изучении дисциплин: «Основы теории коммуникаций», «Основы маркетинга», «Основы рекламы и связей с общественностью».

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Дисциплина «Экономика» является предшествующей для изучения таких дисциплин как «Основы интегрированных коммуникаций», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», а также для прохождения проектной практики.

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.

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	3	2	72	36	14	22		36	Зачет с оценкой
2	Очно-заочная	4	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 менеджмента.

Учебная дисциплина «Основы менеджмента» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в

системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

Цели освоения 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.

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код С).

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

В результате изучения дисциплины обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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.

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения		Код результата обучения
УК-6 способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.	Знать	понятие, закономерности, принципы, основные категории менеджмента и эволюции его теории и практики;	УК-6 – 3.1
		место и роль управления в профессиональной деятельности, его основные функции;	УК-6 – 3.2
	Уметь	находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности;	УК-6 – У.1
		обусловить важность человеческого фактора в управлении, умения работать с людьми;	УК-6 – У.2
	Владеть	навыками применения принципов управления персоналом, стилей руководства, самоменеджмента;	УК-6 – В.1
		навыками принятия организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности.	УК-6 – В.2
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.	Знать	роль и место менеджмента в современной российской экономике;	ОПК-5 – 3.1
		особенности построения организаций в зависимости от целей функционирования, их технологических и иных особенностей;	ОПК-5 – 3.2
	Уметь	анализировать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира для принятия рациональных организационно-управленческих решений;	ОПК-5 – У.1
		проводить сегментацию рынка и разрабатывать организационную структуру управления;	ОПК-5 – У.2
	Владеть	навыками разработки и внедрения организационной структуры управления организации в зависимости от целей функционирования, их технологических и иных особенностей;	ОПК-5 – В.1
		навыками управления конфликтами, стрессами и изменениями в организации.	ОПК-5 – В.2

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

Б1.О.18 Основы менеджмента является дисциплиной обязательной части Блока 1 учебного плана, изучается обучающимися второго курса в третьем и четвертом семестрах очной формы обучения (полный срок обучения).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Освоение дисциплины основывается на знаниях, умениях и навыках, приобретенных при изучении дисциплин: «Основы теории коммуникаций», «Основы рекламы и связей с общественностью».

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Дисциплина «Основы менеджмента» является предшествующей для изучения таких дисциплин как «Экономика», «Основы интегрированных коммуникаций», «Основы формирования бренда в государственном и муниципальном управлении».

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.

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

Учебная дисциплина «Основы маркетинга» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

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 стимулирования сбыта; пропаганде и т.д.

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код С).

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

В результате обучения по дисциплине студенты 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
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.	Знать	теоретические основы маркетинговой деятельности предприятия;	ОПК-5 – 3.1
		место и роль маркетинга в профессиональной деятельности, его основные функции;	ОПК-5 – 3.2
	Уметь	анализировать конъюнктуру рынка, проводить маркетинговые исследования;	ОПК-5 – У.1
		проводить сегментацию рынка и разрабатывать программы маркетинга;	ОПК-5 – У.2
	Владеть	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 (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

Б1.О.21 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).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Освоение дисциплины основывается на знаниях, умениях и навыках, приобретенных при изучении дисциплин: «Основы теории коммуникаций», «Основы рекламы и связей с общественностью».

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Дисциплина «Основы маркетинга» является предшествующей для изучения таких дисциплин как «Экономика», «Основы интегрированных коммуникаций», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ».

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.

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.

Учебная дисциплина «Работа с медиатекстами» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

«Работа с медиатекстами» является одной из профессиональных дисциплин, которая готовит выпускника к авторской, организаторской и проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью и позволяет усвоить основы работы с текстами медиа на рынке профессиональной деятельности. Данная дисциплина является теоретической с элементами прикладных знаний и направлена на усвоение профессиональных умений и навыков, позволяющих полноценно выполнять обязанности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

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.

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

государственном и муниципальном управлении.

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код 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:

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
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	Знать	виды медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;	ОПК-1 – 31
		нормы русского и иностранного языков при работе с медиатекстами;	ОПК-1 – 32
	Уметь	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 и их использование при подготовке медиатекста и (или) медиапродукта;	ОПК-1 –У2
	Владеть	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.	ОПК-1 – В1
		нормами и средствами выразительности русского языка, письменной и устной речью в процессе личностной и профессиональной коммуникации	ОПК-1 – В2
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и	Знать	тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира и их влияние на создание медиатекстов и (или) медиапродуктов;	ОПК-5 – 31
		политические и экономические механизмы функционирования, правовые и этические нормы регулирования региона, страны и мира и их влияние на создание медиатекстов (или) медиапродуктов;	ОПК-5 – 32

1	Очная	3	3	108	54	18	36		54	Зачет
		4	3	108	50	18	32		31	Экзамен
2	Очно-заочная	5	3	108	38	12	26		70	Зачет
		6	3	108	36	12	24		45	Экзамен
3	Заочная	5	2	72	8	2	6		64	
		6	3	108	14	4	10		94	Зачет
		7	1	36	9				27	Экзамен

Практическая подготовка обучающихся при реализации дисциплины осуществляется путем проведения практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по программе бакалавриата.

Практическая подготовка обучающихся при реализации дисциплины организуется в модельных условиях (оборудованных полностью или частично) на кафедре и в подразделениях Института.

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Логика и теория аргументации.

Учебная дисциплина «Логика и теория аргументации» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в государственном и муниципальном управлении» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

«Логика и теория аргументации» является одной из дисциплин, которая готовит выпускника к проектной и организационной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью и позволяет усвоить основы аргументации, построения доказательства и компетенции речевого воздействия в коммуникационной работе. Данная дисциплина является преимущественно теоретической с элементами прикладных знаний и направлена на усвоение общепрофессиональных умений и навыков, позволяющих полноценно выполнять обязанности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

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.

Задачи дисциплины:

- дать студентам 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.

- научить 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.

- привить 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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код 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:

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
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знать	виды задач по различным видам запросов;	УК-1 – 31
		возможные варианты логического решения поставленной задачи;	УК-1 – 32
	Уметь	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
	Владеть	навыками поиска, критического анализа информации,	УК-1 – В1
		навыками выдвижения и эффективной проверки гипотезы (версии), доказательного построения своих публичных выступлений.	УК-1 – В2
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Знать	запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;	ОПК-4 – 31
		особенности коммуникационной деятельности	ОПК-4 – 32
	Уметь	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
	Владеть	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 (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

Б1.О.23 Логика и теория аргументации является дисциплиной обязательной части Блока 1 учебного плана, изучается студентами второго курса в четвертом семестре и пятом семестре третьего курса очной формы обучения (полный срок обучения).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Профессиональные компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины «Логика и теория аргументации» базируются на основе изучения следующих дисциплин: «Социология», «Математические методы в рекламе и связи с общественностью», «Методы научных исследований».

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «Логика и теория аргументации» являются базой для освоения следующих дисциплин: «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Социология массовых коммуникаций», «Основы управления общественным мнением».

Развитие у обучающихся навыков работы с логическими понятиями, суждениями и умозаключениями, а также с аргументацией обеспечивается чтением лекций, проведением семинарских занятий, содержание которых разработано на основе результатов практической деятельности, осуществляемой студентами в Институте, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

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 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	кур.раб/контр. раб		
1	Очная	4	2	72	36	16	20		36	зачет
		5	2	72	36	16	20		36	зачет с оценкой
2	Очно-заочная	5	2	72	26	10	16		46	зачет
		6	2	72	26	10	16		46	зачет с оценкой
3	Заочная	5	1	36	6	2	4		30	
		6	2	72	12	2	10		60	зачет
		7	1	36	4				32	зачет с оценкой

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью.

Учебная дисциплина «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

«Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» является одной из профессиональных дисциплин, которая готовит выпускника к организаторской, проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью и позволяет усвоить основы работы в отделе по рекламе и связям с общественностью и его осуществления на рынке профессиональной деятельности. Данная дисциплина является преимущественно теоретической с элементами прикладных знаний и направлена на усвоение профессиональных умений и навыков, позволяющих полноценно выполнять обязанности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

Цели изучения 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 структуре 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.

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код 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:

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
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знать	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
	Уметь	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
	Владеть	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
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Знать	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
	Уметь	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	УК-6 – У2

		собственного профессионального роста для работы в отделе рекламы и связей с общественностью;	
	Владеть	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
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	Знать	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
	Уметь	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
	Владеть	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
ПК-4 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать	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
	Уметь	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
	Владеть	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 (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

Б1.О.24 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью является дисциплиной обязательной части блока 1 учебного плана и изучается студентами второго, третьего курсов в четвертом и пятом семестрах очной формы обучения (полный срок обучения).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Профессиональные компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» базируются на основе изучения следующих дисциплин: «Социология», «Основы теории коммуникаций», «Основы рекламы и связи с общественностью»

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» являются базой для освоения следующих дисциплин: «Внутрикорпоративные связи с общественностью», «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связи с общественностью)», «Профессионально-творческая практика», «Проектная практика», «Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена», «Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы».

Развитие у обучающихся навыков работы в сфере работы в отделах рекламы и связей с общественностью обеспечивается чтением лекций, проведением семинарских занятий, содержание которых разработано на основе результатов практической деятельности, осуществляемой студентами в Институте, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

Развитие у обучающихся указанных навыков обеспечивается чтением интерактивных лекций по всем темам, проведением практических занятий по темам 1-6.

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 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:

Организация и проведение рекламных и PR-кампаний в бизнесе.

Учебная дисциплина «Организация и проведение рекламных и PR-кампаний в бизнесе» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

«Организация и проведение рекламных и PR-кампаний в бизнесе» является одной из профессиональных дисциплин, которая готовит выпускника к авторской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью и позволяет усвоить основы написания текстов различной направленности для осуществления профессиональной деятельности. Данная дисциплина является прикладной и направлена на усвоение профессиональных умений и навыков, позволяющих полноценно выполнять обязанности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

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.

Задачи дисциплины:

- 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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код 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:

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
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	Знать	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
	Уметь	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
	Владеть	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
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Знать	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
	Уметь	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
	Владеть	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
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	Знать	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
	Уметь	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
	Владеть	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	ОПК-7 – В2

		общественностью	
--	--	-----------------	--

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

Б1.О.25 Организация и проведение рекламных и PR-кампаний в бизнесе является дисциплиной обязательной части Блока 1 учебного плана, изучается студентами третьего курса в пятом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Профессиональные компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины «Организация и проведение рекламных и PR-кампаний в бизнесе» базируются на основе изучения следующих дисциплин: «Основы рекламы и связей с общественностью».

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «Организация и проведение рекламных и PR-кампаний в бизнесе» являются базой для освоения следующих дисциплин: «Реклама и связи с общественностью в формировании социальной ответственности бизнеса», «Профессионально-творческая практика», «Проектная практика», «Преддипломная практика», «Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена», «Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы».

Развитие у обучающихся навыков разработки и проведения рекламных и PR-кампаний обеспечивается чтением лекций, проведением семинарских занятий, содержание которых разработано на основе результатов практической деятельности, осуществляемой студентами в Институте, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

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 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	5	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	5	3	108	10	4	6		98	
		6	1	36	6			2	30	Зачет с оценкой

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связи с общественностью).

Учебная дисциплина «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связи с общественностью)» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в государственном и муниципальном управлении» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

«Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связи с общественностью)» является одной из профессиональных дисциплин, которая готовит выпускника к проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью. Данная дисциплина является теоретической и прикладной и направлена на усвоение профессиональных умений и навыков, позволяющих полноценно выполнять обязанности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

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.

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код 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:

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
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	Знать	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
	Уметь	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
	Владеть	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
ПК-2 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
		основные технологии маркетинговых коммуникаций;	ПК-2 – 32
	Уметь	организовывать и выполнять маркетинговые исследования 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 (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

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

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Профессиональные компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связи с общественностью)» базируются на основе изучения следующих дисциплин: «Психология массовых коммуникаций, «Реклама в коммуникационном процессе».

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связи с общественностью)» являются базой для освоения следующих дисциплин: «Социология массовых коммуникаций», «Проектная практика».

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 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	10	4	6		62	
		8	1	36	4				32	Зачет с оценкой

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Внутрикорпоративные связи с общественностью.

Учебная дисциплина «Внутрикорпоративные связи с общественностью» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

«Внутрикорпоративные связи с общественностью» является одной из профессиональных дисциплин, которая готовит выпускника к авторской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью и позволяет усвоить основы написания текстов различной направленности для осуществления профессиональной деятельности. Данная дисциплина является прикладной и направлена на усвоение профессиональных умений и навыков, позволяющих полноценно выполнять обязанности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

Цель 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, муниципалитетом и гражданским обществом.

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код 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:

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

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения		Код результата обучения
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знать	способы осуществления социального взаимодействия в команде внутри корпорации;	УК-3 – 31
		виды ролей в команде внутри корпорации;	УК-3 – 32
	Уметь	определять свою роль в социальном взаимодействии и командной работе внутри корпорации, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;	УК-3 – У1
		при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе внутри корпорации учитывать особенности поведения и интересы других участников;	УК-3 – У2
	Владеть	методами осуществления социального взаимодействия и реализации своей роль в команде внутри корпорации	УК-3 – В1
		навыками осуществления обмена информацией, знаниями и опытом с членами команды внутри корпорации;	УК-3 – В2
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	Знать	виды медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов для внутрикорпоративной коммуникации;	ОПК-1 – 31
		нормы русского и иностранного языков;	ОПК-1 – 32
	Уметь	создавать медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков для внутрикорпоративной коммуникации;	ОПК-1– У1
		анализировать востребованные обществом особенности знаковых систем внутри корпорации;	ОПК-1– У2
	Владеть	способами 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 внутри корпорации.	ОПК-1 – В1
		методами исследования теоретических проблем и практических задач в области связей с общественностью для достижения согласия и цивилизованных отношений между государством, муниципалитетом и гражданским обществом.	ОПК-1 – В2

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

Б1.О.27 Внутрикорпоративные связи с общественностью является дисциплиной обязательной части Блока 1 учебного плана и изучается студентами третьего курса в пятом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Профессиональные компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины «Внутрикорпоративные связи с общественностью» базируются на основе изучения следующих дисциплин и компетенций: «Социология», «Профессионально-ознакомительная практика», «Русский язык и культура речи», «Теория и практика массовой информации».

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины "Внутрикорпоративные связи с общественностью" являются базой для освоения следующих дисциплин: «Копирайтинг», «Социология массовых коммуникаций», «Проектная практика», «Профессионально-творческая практика», «Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена», «Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы».

Развитие у обучающихся навыков внутрикорпоративных коммуникаций обеспечивается чтением лекций, проведением семинарских занятий, содержание которых разработано на основе результатов практической деятельности, осуществляемой студентами в Институте, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

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 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	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	8	2	6		28	
		8	1	36	4				32	Зачет с оценкой

Практическая подготовка обучающихся при реализации дисциплины осуществляется путем проведения практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по программе бакалавриата.

Практическая подготовка обучающихся при реализации дисциплины организуется в модельных условиях (оборудованных полностью или частично) на кафедре и в подразделениях Института.

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Копирайтинг.

Учебная дисциплина «Копирайтинг» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

«Копирайтинг» является одной из профессиональных дисциплин, которая готовит выпускника к авторской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью и позволяет усвоить основы написания текстов различной направленности для осуществления профессиональной деятельности. Данная дисциплина является прикладной и направлена на усвоение профессиональных умений и навыков, позволяющих полноценно выполнять обязанности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

Цели освоения дисциплины: подготовка специалиста, знакомого с теорией копирайтинга и владеющего первичными практическими навыками работы с текстами государственных коммуникаций, а именно навыков сбора информации, разработки темы, написания различных видов рекламных текстов и текстов внутреннего сопровождения рекламной кампании.

Задачи дисциплины:

- сформировать представление о сущности копирайтинга, его месте и роли в системе рекламного взаимодействия;
- определить основные категории, понятия, термины, которыми оперируют профессиональные копирайтеры;
- познакомить студентов с основными формами и типами рекламных текстов, законами их составления;
- сформировать представление о классификации стилей рекламных текстов и различных подходах, используемых при их создании;
- познакомить студентов с мировым и отечественным опытом работы в области копирайтинга, с перспективными тенденциями развития этой части рекламного дела.
- научить анализировать рекламные тексты, появляющиеся в местных средствах массовой информации;
- сформировать навыки критического анализа рекламных кампаний, проходящих в регионе и научить 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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код 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:

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
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	Знать	виды медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов в копирайтинге;	ОПК-1 – 31
		нормы русского и иностранного языков;	ОПК-1 – 32
	Уметь	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
	Владеть	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
ПК-3 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта	Знать	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
	Уметь	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
	Владеть	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 (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

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

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Профессиональные компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины «Копирайтинг» базируются на основе изучения следующих дисциплин: «Русский язык и культура речи», «Теория и практика массовой информации», «Работа с медиатекстами», «Профессионально-ознакомительная практика».

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины "Копирайтинг" являются базой для освоения следующих дисциплин: «Современная пресс-служба», «Управление сайтом государственного и муниципального учреждения», «Проектная практика», «Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена», «Преддипломная практика», «Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы».

Развитие у обучающихся навыков написания текстов копирайтинга обеспечивается чтением лекций, проведением семинарских занятий, содержание которых разработано на основе результатов практической деятельности, осуществляемой студентами в Институте, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

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 8 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных 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	2	72	36	10	26		36	Зачет
		6	2	72	36	10	26		9	Экзамен
2	Очно-заочная	7	2	72	26	8	18		46	Зачет
		8	2	72	26	8	18		19	Экзамен
3	Заочная	7	1	36	8	2	6		28	
		8	2	72	14	2	12		58	Зачет
		9	1	36	9				27	Экзамен

Практическая подготовка обучающихся при реализации дисциплины осуществляется путем проведения практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по программе бакалавриата.

Практическая подготовка обучающихся при реализации дисциплины организуется в модельных условиях (оборудованных полностью или частично) на кафедре и в подразделениях института.

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Социология массовых коммуникаций.

Учебная дисциплина «Социология массовых коммуникаций» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с

общественностью в государственном и муниципальном управлении» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

«Социология массовых коммуникаций» является одной из профессиональных дисциплин, которая готовит выпускника к проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью. Данная дисциплина является теоретической и прикладной и направлена на усвоение профессиональных умений и навыков, позволяющих полноценно выполнять обязанности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

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.

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код 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:

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
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Знать	социологические основы достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов;	ОПК-3 – 31
		особенности проведения социологических исследований в сфере связей с общественностью	ОПК-3 – 32
	Уметь	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
	Владеть	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
		навыками по оценке эффективности PR- посланий, имиджа, рекламных сообщений,	ОПК-3 – В2
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Знать	социологические инструменты сбора информации по запросам и потребностям общества и аудитории в профессиональной деятельности;	ОПК-4 – 31
		современное состояние и тенденции развития массовой коммуникации как социокультурного явления;	ОПК-4 – 32
	Уметь	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
	Владеть	навыками отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности с применением социологических инструментов.	ОПК-4 – В1
		методами классификации средств и форм массовой коммуникации, знать принципы и правила выбора оптимальных носителей PR-сообщений и рекламы и каналов распространения информации с учетом целей и задач рекламных кампаний и PR-мероприятий.	ОПК-4 – В2

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

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

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Профессиональные компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины «Социология массовых коммуникаций» базируются на основе изучения следующих дисциплин: «Социология», «Введение в современную коммуникацию».

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «Социология массовых коммуникаций» являются базой для освоения следующих дисциплин: «Проектная практика», «Преддипломная практика», «Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы».

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 17 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных 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		45	экзамен
2	Очно-заочная	7	4	144	54	18	36		63	экзамен
3	Заочная	7	3	108	12	4	8		96	
		8	1	36	9				27	экзамен

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Основы проектной деятельности.

Учебная дисциплина «Основы проектной деятельности» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

«Основы проектной деятельности» является одной из профессиональных дисциплин, которая готовит выпускника к проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью. Данная дисциплина является прикладной и направлена на усвоение профессиональных умений и навыков, позволяющих полноценно выполнять обязанности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

Цели 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

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код 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:

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
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.	Знать	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
	Уметь	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
Владеть	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
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	Знать	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
	Уметь	прогнозировать эффекты своей профессиональной деятельности в проектной деятельности;	ОПК-7 – У1
		оценивать последствия своей профессиональной деятельности в процессе реализации проекта;	ОПК-7 – У2
	Владеть	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
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	ПК-1 – 31
		культурно-исторические и коммуникативные основы разработки и реализации проектов в области рекламы и связей с общественностью;	ПК-1 – 32
	Уметь	готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	ПК-1 – У1
		применять научные методы, используемые при создании проекта	ПК-1 – У2
	Владеть	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 (МОДУЛЯ) 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 и четвертого курса в седьмом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Освоение дисциплины основывается на знаниях, умениях и навыках, приобретенных при изучении дисциплин: «Организация и проведение рекламных и PR кампаний в бизнесе», «Связи с общественностью в кризисных ситуациях в политической сфере», «Основы формирования бренда в государственном и муниципальном управлении»,.

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины "Основы проектной деятельности" являются базой для освоения следующих дисциплин: «Медиаанализ и медиапланирование», «Основы управления общественным мнением», «Технологии рекламы и связи с общественностью в государственном и муниципальном управлении», «Инновационные технологии в рекламе и связях с общественностью в государственном и муниципальном управлении», «Проектная практика», «Преддипломная практика», «Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена», «Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы».

Развитие у обучающихся навыков управления проектом и командной работы, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением семинарских занятий, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Институтом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

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.

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	6	3	108	54	20	34		54	Зачет
		7	3	108	54	20	34	2	54	Зачет с оценкой
2	Очно-заочная	7	3	108	38	12	26		70	Зачет
		8	3	108	38	12	26	2	70	Зачет с оценкой
3	Заочная	6	2	72	8	2	6		64	
		7	3	108	16	4	12		92	Зачет
		8	1	36	6			2	30	Зачет с оценкой

Практическая подготовка обучающихся при реализации дисциплины осуществляется путем проведения практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по программе бакалавриата.

Практическая подготовка обучающихся при реализации дисциплины организуется в модельных условиях (оборудованных полностью или частично) на кафедре и в подразделениях института.

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Медиаанализ и медиапланирование.

Учебная дисциплина «Медиаанализ и медиапланирование» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

«Медиаанализ и медиапланирование» является одной из профессиональных дисциплин, которая готовит выпускника к авторской деятельности в сфере рекламы и

связей с общественностью и позволяет усвоить основы устройства системы СМИ и основы журналистики. Данная дисциплина является как теоретической, так и прикладной и направлена на усвоение профессиональных умений и навыков, позволяющих полноценно выполнять обязанности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

Цели освоения 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.

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код 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:

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
ОПК-5 Способен учитывать в	Знать	тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира и их влияние на	ОПК-5 – 31

профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования		процесс медиаметрии и медиапланирования;	
		политические и экономические механизмы функционирования региона, страны и мира и их влияние на процесс медиаметрии и медиапланирования;	ОПК-5 – 32
	Уметь	осуществлять медиаанализ, выявлять тенденции медиакommunikационных 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 медиакommunikационных систем региона, страны и мира и их влияние на медиапланирование;	ОПК-5 – У2
	Владеть	навыками анализа тенденций развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования и их влияние на медиапланирование	ОПК-5 – В1
		навыками проведения аналитической деятельности в области медиаисследований и медиаизмерений	ОПК-5 – В2
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	Знать	возможные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности;	ОПК-7 – 31
		принципы создания социальной ответственности;	ОПК-7 – 32
	Уметь	прогнозировать эффекты своей профессиональной деятельности;	ОПК-7 – У1
		оценивать последствия своей профессиональной деятельности;	ОПК-7 – У2
	Владеть	методами разработки медиаплана	ОПК-7 – В1
		навыками профессионального выбора методов и каналов рекламной коммуникации.	ОПК-7 – В2

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

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

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Профессиональные компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины «Медиаанализ и медиапланирование» базируются на основе изучения следующих дисциплин: «Основы рекламы и связи с общественностью», «Основы маркетинга», «Работа с медиатекстами».

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины "Медиаанализ и медиапланирование" являются базой для освоения следующих дисциплин: «Основы управления общественным мнением», «Профессионально-творческая практика», «Проектная практика», «Преддипломная практика», «Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена», «Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы».

Развитие у обучающихся навыков разработки медиаплана и медиаанализа обеспечивается чтением лекций, проведением семинарских занятий, содержание которых разработано на основе результатов практической деятельности, осуществляемой студентами в Институте, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

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 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	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	9	1	36	8	2	6		28	
		10	1	36	4				32	Зачет с оценкой

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Основы управления общественным мнением.

Учебная дисциплина «Основы управления общественным мнением» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

«Основы управления общественным мнением» является одной из профессиональных дисциплин, которая готовит выпускника к организаторской и проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью и позволяет усвоить основы управления мнением общественности для осуществления профессиональной деятельности. Данная дисциплина является прикладной и направлена на усвоение профессиональных умений и навыков, позволяющих полноценно выполнять обязанности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

Цели освоения 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.

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.

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код 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:

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
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.	Знать	основы управления общественным мнением	ОПК-4 – 31
		запросы и потребности общественного мнения в профессиональной деятельности;	ОПК-4 – 32
	Уметь	выявлять запросы общественного мнения в профессиональной деятельности;	ОПК-4 – У1
		учитывать потребности общественного мнения в профессиональной деятельности;	ОПК-4 – У2
	Владеть	современными методами изучения общественного мнения.	ОПК-4 – В1
навыками использования соответствующих технологий в профессиональной сфере деятельности, необходимыми для управления общественным мнением.		ОПК-4 – В2	
ОПК-7 Способен учитывать	Знать	возможные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности при воздействии на	ОПК-7 – 31

эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.		общественное мнение;	
		принципы создания социальной ответственности при работе с общественным мнением;	ОПК-7 – 32
	Уметь	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
	Владеть	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 (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

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

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Профессиональные компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины «Основы управления общественным мнением» базируются на основе изучения следующих дисциплин: «Логика и теория аргументации», «Организация и проведение рекламных и PR-кампаний в бизнесе», «Социология массовых коммуникаций», «Основы проектной деятельности».

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «Основы управления общественным мнением» являются базой для освоения следующих дисциплин и усвоения компетенций: «Проектная практика», «Преддипломная практика», «Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена», «Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы».

Развитие у обучающихся навыков управления общественным мнением обеспечивается чтением лекций, проведением семинарских занятий, содержание которых разработано на основе результатов практической деятельности, осуществляемой студентами в Институте, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

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 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	24	10	14		156	
		10	1	36	9				27	Экзамен

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Введение в современную коммуникацию.

Учебная дисциплина «Введение в современную коммуникацию» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

«Введение в современную коммуникацию» является одной из профессиональных дисциплин, которая готовит выпускника к проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью. Данная дисциплина является прикладной и направлена на усвоение профессиональных умений и навыков, позволяющих полноценно выполнять обязанности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

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.

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 объемах 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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код 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-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;	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 (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

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

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Профессиональные компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины «Введение в современную коммуникацию» базируются на основе изучения следующих дисциплин: «Основы теории коммуникаций», «Теория и практика массовой информации».

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «Введение в современную коммуникацию» являются базой для освоения следующих дисциплин: «Психология массовых коммуникаций», «Реклама в коммуникационном процессе», «Социология массовых коммуникаций».

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 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	3	108	54	18	36		54	Зачет с оценкой
2	Очно-заочная	1	3	108	38	12	26		70	Зачет с оценкой
3	Заочная	1	1	72	6	2	4		66	
		1	1	36	4				32	Зачет с оценкой

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Математические методы в рекламе и связях с общественностью.

Учебная дисциплина «Математические методы в рекламе и связях с общественностью» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

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.

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код С).

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ 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
УК-1 способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знать	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
	Уметь	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
	Владеть	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 учетом основных требований информационной безопасности	УК-1– В2

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 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).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Темы дисциплины «Математические методы в рекламе и связях с общественностью» связаны с соответствующими темами дисциплин «Основы теории коммуникаций», «Теория и практика массовой информации», что способствует более плодотворной работе студентов над творческими проектами.

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «Математические методы в рекламе и связях с общественностью» являются базой освоения следующих дисциплин: «Методы научных исследований», «Основы менеджмента», «Основы маркетинга».

Развитие у обучающихся навыков аналитической работы, поиска, критического анализа и синтеза информации обеспечивается чтением лекций, проведением практических занятий, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Институтом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

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 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	10	44		27	экзамен
2	Очно-заочная	2	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.

Учебная дисциплина «Методы научных исследований» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

Учебная дисциплина «Методы научных исследований» является одной из важнейших дисциплин в структуре социально-гуманитарного знания. Она дает студентам возможность расширить профессиональный кругозор, выработать аналитические навыки, необходимые для решения в будущем профессиональных задач.

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.

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, развитие 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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код С).

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

В результате изучения дисциплины 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
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знать	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
	Уметь	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
	Владеть	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
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 и методы их обоснования с позиции науки;	ПК-1 – 31
		историю развития научного познания, развитием эмпирического и теоретического типов научного мышления;	ПК-1 – 32
	Уметь	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
	Владеть	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 (МОДУЛЯ) 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).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Темы дисциплины «Методы научных исследований» связаны с соответствующими темами дисциплин «Социология», «Математические методы в рекламе и связи с общественностью», «Введение в современную коммуникацию».

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «Методы научных исследований» являются базой для освоения следующих дисциплин: «Логика и теория аргументации», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Профессионально-ознакомительная практика», «Профессионально-творческая практика», «Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы».

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением практических занятий, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Институтом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

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 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:

Реклама в коммуникационном процессе.

Учебная дисциплина «Реклама в коммуникационном процессе» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

«Реклама в коммуникационном процессе» является одной из профессиональных дисциплин, которая готовит выпускника к авторской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью и позволяет усвоить основы устройства системы СМИ и основы журналистики. Данная дисциплина является преимущественно теоретической с элементами прикладных знаний и направлена на усвоение профессиональных умений и навыков, позволяющих полноценно выполнять обязанности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

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.

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код 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:

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
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Знать	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
	Уметь	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
	Владеть	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), поддержать разговор в ходе совместного обсуждения в рекламной коммуникации.	УК-4-В2
ПК-2 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	Знать	основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта рекламной коммуникации;	ПК-2-31
		особенности стилистики официальных и неофициальных писем в рекламной коммуникации;	ПК-2-32
	Уметь	принимать участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на	ПК-2-У1

		разработку и реализацию коммуникационного продукта рекламной коммуникации;	ПК-2-У2
		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;	
	Владеть	навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами в рекламной коммуникации.	ПК-2-В1
		методами определения эффективности применения в сложившейся профессиональной ситуации рекламы, применительно к конкретной ситуации.	ПК-2-В2

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

Б1.В.04 Реклама в коммуникационном процессе является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана и изучается студентами первого курса во втором семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Профессиональные компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины «Реклама в коммуникационном процессе» базируются на основе изучения следующих дисциплин: «Иностранный язык», «Русский язык и культура речи», «Основы теории коммуникаций», «Теория и практика массовой информации».

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «Реклама в коммуникационном процессе» являются базой для освоения следующих дисциплин: «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)», «Социология массовых коммуникаций».

Развитие у обучающихся навыков работы с рекламой обеспечивается чтением лекций, проведением семинарских занятий, содержание которых разработано на основе результатов практической деятельности, осуществляемой студентами в Институте, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

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 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	2	2	72	36	10	26		36	зачет с оценкой
2	Очно-заочная	4	2	72	26	10	16		46	зачет с оценкой
3	Заочная	2	1	36	6	2	4		30	зачет с оценкой
		3	1	36	4				32	

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Иностранный язык в профессиональной сфере.

Учебная дисциплина «Иностранный язык в профессиональной сфере» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

Учебная дисциплина «Иностранный язык в профессиональной сфере» является одной из важнейших дисциплин в структуре социально-гуманитарного знания. Она дает студентам возможность расширить профессиональный кругозор, выработать аналитические навыки, необходимые для решения в будущем профессиональных задач.

Цели освоения дисциплины:

- 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.

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код С).

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ 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);

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

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения		Код результата обучения
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Знать	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
	Уметь	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
	Владеть	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
ПК-4 Способен участвовать в реализации коммуникационных компаний, проектов и мероприятий	Знать	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
	Уметь	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
	Владеть	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 (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

Б1.В.05 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).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Темы дисциплины «Иностранный язык в профессиональной сфере» связаны с соответствующими темами дисциплин «Русский язык и культура речи» и «Иностранный язык», что способствует совершенствованию коммуникативных умений и навыков на иностранном языке в профессиональной деятельности.

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «Иностранный язык в профессиональной сфере» являются базой для написания творческих проектов.

Развитие у обучающихся навыков межличностной коммуникации и культуры общения обеспечивается проведением практических занятий, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Институтом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

Развитие у обучающихся языковых навыков, работы с различными массивами информации на иностранном языке обеспечивается проведением практических занятий по соответствующим темам рабочей программы.

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 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	3	108	38		38		70	зачет
		4	5	180	64		64		116	зачет с оценкой
		5	6	216	80		80		136	зачет
		6	6	216	80		80		136	зачет с оценкой
		7	6	216	80		80		109	экзамен
3	Заочная	3	3	108	10		10		98	
		4	5	180	20		20		160	зачет
		5	6	216	26		26		190	зачет
		6	5	180	20		20		160	зачет с оценкой
		7	6	216	26		26		190	
		8	1	36	9				27	экзамен

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Психология массовых коммуникаций.

Учебная дисциплина «Психология массовых коммуникаций» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с

общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

«Психология массовых коммуникаций» является одной из профессиональных дисциплин, которая готовит выпускника к проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью. Данная дисциплина является как теоретической, так и прикладной и направлена на усвоение профессиональных умений и навыков, позволяющих полноценно выполнять обязанности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

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).

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код 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:

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
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знать	способы осуществления социального взаимодействия в команде и их психологические основы;	УК-3– 31
		виды ролей в команде с позиции психологии;	УК-3– 32
	Уметь	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
	Владеть	навыками осуществлять социальное взаимодействие и реализовать свою роль в команде с учетом психологических особенностей.	УК-3 – В1
		навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций с учетом психологических особенностей;	УК-3 – В2
ПК-4 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать	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
	Уметь	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
	Владеть	навыками организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ;	ПК-4 – В1
		навыками осуществления контроля и проведения оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ с учетом психологических особенностей аудитории.	ПК-4 – В2

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

Б1.В.06 Психология массовых коммуникаций является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана и изучается студентами второго курса в четвертом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Профессиональные компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины «Психология массовых коммуникаций» базируются на основе изучения следующих дисциплин и компетенций: «Психология», «Введение в современную коммуникацию».

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «Психология массовых коммуникаций» являются базой для освоения следующих дисциплин: «Профессиональная этика», «Деловое общение», «Социология массовых коммуникаций».

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 19 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		45	экзамен
2	Очно-заочная	4	4	144	54	18	36		63	экзамен
3	Заочная	4	3	108	12	4	8		96	
		5	1	36	9				27	экзамен

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Деловое общение.

Учебная дисциплина «Деловое общение» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

Цель освоения дисциплины: получение студентами системы теоретических и практических знаний, умений и навыков делового общения в сфере рекламы и связей с общественностью.

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код 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:

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
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Знать	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
	Уметь	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
	Владеть	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
ПК-4 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать	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
	Уметь	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
	Владеть	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 (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

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

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Базой для изучения дисциплины «Деловое общение» являются следующие дисциплины: «Иностранный язык», «Русский язык и культура речи», «Основы теории коммуникаций», «Теория и практика массовой информации».

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины "Деловое общение" являются базой для освоения следующих дисциплин: «Иностранный язык в профессиональной сфере», «Социология массовых коммуникаций».

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 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:

Системы искусственного интеллекта.

Учебная дисциплина «Системы искусственного интеллекта» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

Учебная дисциплина «Системы искусственного интеллекта» является одной из важнейших дисциплин в структуре социально-гуманитарного знания.

Цели освоения дисциплины: знакомство с основами науки о данных и принципами работы искусственного интеллекта при решении задач профессиональной деятельности, анализа и интерпретации результатов научных исследований, представления научных результатов.

Задачи дисциплины:

- изучение модели представления знаний в интеллектуальных системах;
- расширение систематизированных знаний в области искусственного интеллекта для обеспечения возможности использовать знание современных систем при решении образовательных и профессиональных задач;
- обеспечение условий для активизации познавательной деятельности студентов и формирование у них опыта использования методов искусственного интеллекта в ходе решения практических задач и стимулирование исследовательской деятельности студентов в процессе освоения 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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код С).

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

ПК-5 - Способен выявить естественнонаучную сущность проблем, возникающих в ходе профессиональной деятельности в области моделирования и анализа сложных естественных и искусственных систем

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения		Код результата обучения
ПК-5 Способен выявить естественнонаучную сущность проблем, возникающих в ходе профессиональной деятельности в области моделирования и анализа сложных естественных и искусственных систем	Знать	основные направления развития исследований в области систем искусственного интеллекта.	ПК-5 – 31
		естественнонаучную сущность проблем, возникающих в ходе профессиональной деятельности в области моделирования и анализа сложных естественных и искусственных систем	ПК-5 – 32
	Уметь	выявлять естественнонаучную сущность проблем, возникающих в ходе профессиональной деятельности в области моделирования и анализа сложных естественных и искусственных систем	ПК-5 – У1
		использовать знание основных методов искусственного интеллекта в последующей профессиональной деятельности	ПК-5 – У2
Владеть	навыками выявления естественнонаучной сущности проблем, возникающих в ходе профессиональной деятельности в области моделирования и анализа	ПК-5 – В1	

		сложных естественных и искусственных систем	
		навыками использования знания основных методов искусственного интеллекта в последующей профессиональной деятельности	ПК-5 – В2

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

Б1.В.08 Системы искусственного интеллекта является дисциплиной части формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана и изучается обучающимися второго курса в четвертом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Темы дисциплины «Системы искусственного интеллекта» связаны с соответствующими темами дисциплин: «Математические методы в рекламе и связях с общественностью», «Информационные технологии в рекламной деятельности», что способствует совершенствованию коммуникативных умений и навыков в профессиональной деятельности.

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «Системы искусственного интеллекта» являются базой для освоения следующих дисциплин: «Телекоммуникационные и компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Управление сайтом государственного и муниципального учреждения», «Инновационные технологии в рекламе и связях с общественностью в государственном и муниципальном управлении».

Развитие у обучающихся навыков межличностной коммуникации и культуры общения обеспечивается проведением лекций и практических занятий, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Институтом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

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 3 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	4	2	72	52	18	34		20	Зачет с оценкой
2	Очно-заочная	4	2	72	30	10	20		42	Зачет с оценкой
3	Заочная	4	1	36	20	8	12		16	
		5	1	36	8		8		28	Зачет с оценкой

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Учебная дисциплина «Связи с общественностью в кризисных ситуациях в политической сфере» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

«Связи с общественностью в кризисных ситуациях в политической сфере» является одной из профессиональных дисциплин, которая готовит выпускника к авторской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью и позволяет усвоить основы устройства системы СМИ и основы журналистики. Данная дисциплина является преимущественно теоретической с элементами прикладных знаний и направлена на усвоение профессиональных умений и навыков, позволяющих полноценно выполнять обязанности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

Цели 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.

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код 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:

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
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	Знать	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
	Уметь	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
	Владеть	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
ПК-3 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта	Знать	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
	Уметь	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
	Владеть	навыками создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании в кризисной ситуации.	ПК-3 – В1

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

Б1.В.09 Связи с общественностью в кризисных ситуациях в политической сфере является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана, изучается студентами третьего курса в пятом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Профессиональные компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины «Связи с общественностью в кризисных ситуациях в политической сфере» базируются на основе изучения следующих дисциплин и компетенций: «Теория и практика массовой информации», «Организация и проведение рекламных и PR-кампаний в бизнесе», «Профессионально-творческая практика».

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины "Связи с общественностью в кризисных ситуациях в политической сфере " являются базой для освоения следующих дисциплин и усвоения компетенций: «Копирайтинг», «Современная пресс-служба», «Управление сайтом государственного и муниципального учреждения», «Основы проектной деятельности», «Основы формирования бренда в государственном и муниципальном управлении», «Проектная практика», «Подготовка к сдаче и сдача государственного

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

Развитие у обучающихся навыков работы с технологиями связей с общественностью в кризисных ситуациях обеспечивается чтением лекций, проведением семинарских занятий, содержание которых разработано на основе результатов практической деятельности, осуществляемой студентами в Институте, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

Развитие у обучающихся указанных навыков обеспечивается чтением интерактивных лекций по всем темам, проведением практических занятий по темам 1-6.

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 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	8	2	6		28	
		8	1	36	4				32	Зачет с оценкой

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Основы формирования бренда в государственном и муниципальном управлении.

Учебная дисциплина «Основы формирования бренда в государственном и муниципальном управлении» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3+).

«Основы формирования бренда в государственном и муниципальном управлении» является одной из профессиональных дисциплин, которая готовит выпускника к авторской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью и позволяет усвоить основы разработки бренда и внедрения его на рынок. Данная дисциплина является преимущественно теоретической с элементами прикладных знаний и направлена на усвоение профессиональных умений и навыков, позволяющих

полноценно выполнять обязанности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

Цели изучения дисциплины: освоение студентами теоретических и практических основ формирования бренда в государственном и муниципальном управлении; овладение навыками анализа бренда как маркетинговой, семиотической и коммуникативной категории и технологиями разработки бренда, выведения его на рынок; изучение формирования бренда в государственном и муниципальном управлении 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 области рекламы.

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код 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:

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
УК-2 Способен определять	Знать	круг задач в рамках поставленной цели при разработке бренда;	УК-2 – 31

круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений		оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений при разработке бренда;	УК-2 – 32
	Уметь	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
	Владеть	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	
ПК-4 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать	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
	Уметь	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
	Владеть	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 (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

Б1.В.10 Основы формирования бренда в государственном и муниципальном управлении является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана и изучается студентами третьего курса в пятом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Профессиональные компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины «Основы формирования бренда в государственном и муниципальном управлении» базируются на основе изучения следующих дисциплин: «Организация и проведение рекламных и PR-кампаний в бизнесе», «Психология массовых коммуникаций», «Деловое общение».

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «Основы формирования бренда в государственном и муниципальном управлении» являются базой для освоения следующих дисциплин и усвоения компетенций: «Основы проектной деятельности», «Связи с общественностью в кризисных ситуациях в политической сфере», «Консалтинг в сфере государственного и муниципального управления», «Проектная практика», «Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена», «Преддипломная практика», «Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы».

Развитие у обучающихся навыков работы с основами бренда обеспечивается чтением лекций, проведением семинарских занятий, содержание которых разработано на основе результатов практической деятельности, осуществляемой студентами в Институте,

в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

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 6 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	20	34		54	зачет с оценкой
2	Очно-заочная	7	3	108	38	12	26		70	зачет с оценкой
3	Заочная	6	2	72	8	2	6		64	
		7	1	36	4				32	зачет с оценкой

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Маркетинговые исследования и ситуационный анализ.

Учебная дисциплина «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

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; ценовых особенностей маркетинга; товара, его конкурентоспособности; объема спроса и предложения; конкуренции с позиции маркетинга; сегментации рынка; методов и порядка проведения маркетинговых исследований и используемой при этом информации.

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код С).

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

В результате освоения дисциплины 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
УК-1 способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	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
	Уметь	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
	Владеть	навыками разработки и внедрения программы маркетингового исследования;	УК-1 – В.1
		основными инструментами для проведения маркетинговых исследований и ситуационного анализа.	УК-1 – В.2
ПК-2 способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при	Знать	основные технологии маркетинговых коммуникаций;	ПК-2 – 3.1
		возможности и границы применения программного обеспечения анализа и качественного моделирования систем управления при разработке и реализации	ПК-2 – 3.2

разработке и реализации коммуникационного продукта.		коммуникационного продукта.	
	Уметь	использовать средства 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
	Владеть	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 (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

Б1.В.11 Маркетинговые исследования и ситуационный анализ является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана и изучается обучающимися третьего курса в шестом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Освоение дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» основывается на знаниях, умениях и навыках, приобретенных при изучении дисциплин: «Социология», «Методы научных исследований», «Основы маркетинга».

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Дисциплина «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» является предшествующей для изучения таких дисциплин как: «Управление сайтом государственного и муниципального учреждения», «Инновационные технологии в рекламе и связях с общественностью в государственном и муниципальном управлении».

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.

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	8	6	216	78	28	50		111	Экзамен
3	Заочная	7	5	180	20	8	12		160	
		8	1	36	9				27	Экзамен

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Консалтинг в сфере государственного и муниципального управления.

Учебная дисциплина «Консалтинг в сфере государственного и муниципального управления» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

«Консалтинг в сфере государственного и муниципального управления» является одной из профессиональных дисциплин, которая готовит выпускника к авторской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью и позволяет усвоить основы проведения консалтинга и его осуществления на рынке профессиональной деятельности. Данная дисциплина является преимущественно теоретической с элементами прикладных знаний и направлена на усвоение профессиональных умений и навыков, позволяющих полноценно выполнять обязанности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

Цели освоения дисциплины: 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.

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код 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
ПК-4 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
		разрабатывать маркетинговую стратегию различной 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 (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

Б1.В.12 Консалтинг в сфере государственного и муниципального управления является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана и изучается студентами третьего курса в шестом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Профессиональные компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины «Консалтинг в сфере государственного и муниципального управления» базируются на основе изучения следующих дисциплин: «Психология массовых коммуникаций», «Основы формирования бренда в государственном и муниципальном управлении», «Иностранный язык в профессиональной сфере», «Деловое общение».

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «Консалтинг в сфере государственного и муниципального управления» являются базой для освоения следующих дисциплин: «Проектная практика», «Профессионально-творческая практика», «Преддипломная практика», «Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы».

Развитие у обучающихся навыков работы в сфере консалтинга обеспечивается чтением лекций, проведением семинарских занятий, содержание которых разработано на основе результатов практической деятельности, осуществляемой студентами в Институте, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

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 6 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	6	3	108	54	24	30		54	зачет с оценкой
2	Очно-заочная	8	3	108	38	12	26		70	зачет с оценкой
3	Заочная	8	2	72	10	4	6		62	
		9	1	36	4				32	зачет с оценкой

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Современная пресс-служба.

Учебная дисциплина «Современная пресс-служба» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

«Современная пресс-служба» является одной из профессиональных дисциплин, которая готовит выпускника к организаторской и авторской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью и позволяет усвоить основы деятельности в пресс-службе для осуществления профессиональной деятельности. Данная дисциплина является прикладной и направлена на усвоение профессиональных умений и навыков,

позволяющих полноценно выполнять обязанности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

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.

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код 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:

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

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
УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности.	Знать	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
	Уметь	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
Владеть	навыками соблюдения правил общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции;	УК-10-В1	

								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

Практическая подготовка обучающихся при реализации дисциплины осуществляется путем проведения практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по программе бакалавриата.

Практическая подготовка обучающихся при реализации дисциплины организуется в модельных условиях (оборудованных полностью или частично) на кафедре и в подразделениях Института.

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Технологии рекламы и связей с общественностью в государственном и муниципальном управлении

Учебная дисциплина «Технологии рекламы и связей с общественностью в государственном и муниципальном управлении» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

Данная дисциплина является прикладной и направлена на усвоение профессиональных умений и навыков, позволяющих полноценно выполнять обязанности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

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 государственном управлении, 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.

Задачи дисциплины:

В результате освоения дисциплины студент должен:

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

- 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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код 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:

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

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-10 Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности.	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
		навыками разработки мер предупреждения данных правонарушений, а также устранения причин и условий, способствующие их совершению.	УК- 10 – В2
ПК-1 Способен участвовать в осуществлении проектной деятельности в сфере	Знать	типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью в государственном управлении;	ПК-1 – 31
		технологии рекламной и PR-деятельности в	ПК-1 – 32

рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами		государственном управлении	
	Уметь	готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью в государственном управлении;	ПК-1 – У1
		использовать соответствующие технологии в профессиональной сфере деятельности, необходимые для управления в сфере рекламы и связей с общественностью.	ПК-1 – У2
	Владеть	методами оценки эффективности работы в сложившейся профессиональной ситуации.	ПК-1 – В1
навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта в государственном управлении.		ПК-1 – В2	

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

Б1.В.14 Технологии рекламы и связей с общественностью в государственном и муниципальном управлении является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана, изучается студентами четвертого курса в седьмом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Профессиональные компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины «Технологии рекламы и связей с общественностью в государственном и муниципальном управлении» базируются на основе изучения следующих дисциплин: «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)».

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины "Технологии рекламы и связей с общественностью в государственном и муниципальном управлении" являются базой для освоения следующих дисциплин: «Преддипломная практика», «Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена», «Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы».

Развитие у обучающихся навыков работы с технологиями рекламы и связей с общественностью в государственном управлении обеспечивается чтением лекций, проведением семинарских занятий, содержание которых разработано на основе результатов практической деятельности, осуществляемой студентами в Институте, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

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 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	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 взаимодействия с целевыми аудиториями в социальных сетях.

Учебная дисциплина «Технологии взаимодействия с целевыми аудиториями в социальных сетях» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

«Технологии взаимодействия с целевыми аудиториями в социальных сетях» является одной из профессиональных дисциплин, которая готовит выпускника к авторской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью и позволяет усвоить основы работы с социальными сетями для осуществления профессиональной деятельности. Данная дисциплина является прикладной и направлена на усвоение профессиональных умений и навыков, позволяющих полноценно выполнять обязанности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

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.

Задачи дисциплины:

-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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код 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:

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

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

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения		Код результата обучения
УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности.	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
		навыками разработки мер предупреждения данных правонарушений, а также устранения причин и условий, способствующие их совершению.	УК-10 – В2
ПК-2 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	Знать	основные маркетинговые инструменты при планировании производства;	ПК-2 – 31
		основные маркетинговые инструменты при реализации коммуникационного продукта в социальных сетях	ПК-2 – 32
	Уметь	принимать участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта в социальных сетях;	ПК-2 – У1
		использовать соответствующие технологии в профессиональной сфере деятельности, необходимые для управления информацией на корпоративных страницах в социальных сетях.	ПК-2 – У2
	Владеть	навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами в социальных сетях.	ПК-2 – В1
		навыками разработки и применения технологий в связях с общественностью, в управлении информацией в социальных сетях и продвижении контента.	ПК-2 – В2

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

Б1.В.15 Технологии взаимодействия с целевыми аудиториями в социальных сетях является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана и изучается студентами четвертого курса в седьмом и восьмом семестрах очной формы обучения (полный срок обучения).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Профессиональные компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины «Технологии взаимодействия с целевыми аудиториями в социальных сетях» базируются на основе изучения следующих дисциплин и компетенций: «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связи с общественностью)», «Реклама в коммуникационном процессе», «Телекоммуникационные и компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Компьютерные технологии в массовых мероприятиях».

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «Технологии взаимодействия с целевыми аудиториями в социальных сетях» являются базой для освоения следующих дисциплин и усвоения компетенций: «Преддипломная практика», «Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы».

Развитие у обучающихся навыков управления информацией в социальных сетях обеспечивается чтением лекций, проведением семинарских занятий, содержание которых разработано на основе результатов практической деятельности, осуществляемой студентами в Институте, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

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 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	8	3	108	38	12	26		70	Зачет
		9	4	144	54	18	36		63	Экзамен
3	Заочная	8	2	72	10	4	6		62	
		9	4	144	22	6	16		122	Зачет
		10	1	36	9				27	Экзамен

Практическая подготовка обучающихся при реализации дисциплины осуществляется путем проведения практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по программе бакалавриата.

Практическая подготовка обучающихся при реализации дисциплины организуется в модельных условиях (оборудованных полностью или частично) на кафедре и в подразделениях Института.

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Управление сайтом государственного и муниципального учреждения.

Учебная дисциплина «Управление сайтом государственного и муниципального учреждения» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

«Управление сайтом государственного и муниципального учреждения» является одной из профессиональных дисциплин, которая готовит выпускника к авторской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью и позволяет усвоить основы работы с сайтом для осуществления профессиональной деятельности. Данная дисциплина является прикладной и направлена на усвоение профессиональных умений и навыков, позволяющих полноценно выполнять обязанности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

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.

Задачи освоения дисциплины:

-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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код 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
-------------------------	---------------------------------	-------------------------

ПК-3 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта	Знать	понятие корпоративного сайта	ПК-3 – 31
		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 – 32
	Уметь	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 при управлении корпоративным сайтом;	ПК-3 – У2
	Владеть	навыками создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании при управлении корпоративным сайтом	ПК-3 – В1
		навыками использовать соответствующих технологий в профессиональной сфере деятельности, необходимых для управления информацией на сайте организации.	ПК-3 – В2

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

Б1.В.16 Управление сайтом государственного и муниципального учреждения 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).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Профессиональные компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины «Управление сайтом государственного и муниципального учреждения» базируются на основе изучения следующих дисциплин: «Информационные технологии в рекламной деятельности», «Телекоммуникационные и компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Инновационные технологии в рекламе и связях с общественностью в государственном и муниципальном управлении».

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «Управление сайтом государственного и муниципального учреждения» являются базой для освоения следующих дисциплин и усвоения компетенций: «Преддипломная практика», «Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы».

Развитие у обучающихся навыков управления корпоративным сайтом обеспечивается чтением лекций, проведением семинарских занятий, содержание которых разработано на основе результатов практической деятельности, осуществляемой студентами в Институте, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

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 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	10	4	6		62	
		9	4	144	22	6	16		122	Зачет
		10	1	36	9				27	Экзамен

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Визуальный образ политической партии.

Учебная дисциплина «Визуальный образ политической партии» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

«Визуальный образ политической партии» является одной из профессиональных дисциплин, которая готовит выпускника к авторской, организаторской и проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью и позволяет усвоить основы разработки визуального образа политической партии для заказчиков на рынке профессиональной деятельности. Данная дисциплина является теоретической с элементами прикладных знаний и направлена на усвоение профессиональных умений и навыков, позволяющих полноценно выполнять обязанности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

Цели освоения дисциплины: обеспечение подготовки специалистов по рекламе, через обучение основам создания визуального образа политической партии, 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 визуального образа политической партии.

Задачи дисциплины:

- анализ и оценка визуального образа политической партии;
- участие в процессе разработки визуального образа политической партии;
- развитие визуального образа политической партии организации в ходе его эксплуатации (или в процессе деятельности организации).

Теоретическое содержание курса предполагает изучение специфики и актуальных проблем разработки визуального образа политической партии, а также классификации технологий и приемов, стадий процесса разработки, этапов разработки визуального образа политической партии, 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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код 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-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 при разработке визуального образа политической партии;	ПК-1 – 31
		основы визуального образа политической партии, его разработки и использования	ПК-1 – 32
	Уметь	готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью для разработки визуального образа политической партии;	ПК-1 – У1
		решать практические задачи в области разработки визуального образа политической партии.	ПК-1 – У2
	Владеть	методами проведения исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта при разработке визуального образа политической партии.	ПК-1 – В1
		навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта при разработке визуального образа политической партии.	ПК-1 – В2

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

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

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Профессиональные компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины «Визуальный образ политической партии» базируются на основе изучения следующих

дисциплин «Политология», «Связи с общественностью в кризисных ситуациях в политической сфере».

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «Визуальный образ политической партии» являются базой для освоения следующих дисциплин: «Проектная практика», «Преддипломная практика», «Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена», «Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы».

Развитие у обучающихся навыков работы в сфере разработки визуального образа политической партии обеспечивается чтением лекций, проведением семинарских занятий, содержание которых разработано на основе результатов практической деятельности, осуществляемой студентами в Институте, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

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 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	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	8	2	6		64	
		7	1	36	4				32	Зачет с оценкой

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Политическая реклама в печати, на радио и ТВ.

Учебная дисциплина «Политическая реклама в печати, на радио и ТВ» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

«Политическая реклама в печати, на радио и ТВ» является одной из профессиональных дисциплин, которая готовит выпускника к авторской, организаторской и проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью и позволяет усвоить основы разработки политической рекламы для заказчиков на рынке профессиональной деятельности. Данная дисциплина является теоретической с

элементами прикладных знаний и направлена на усвоение профессиональных умений и навыков, позволяющих полноценно выполнять обязанности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

Цели изучения 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 политической рекламы в печати, на радио и ТВ.

Теоретическое содержание курса предполагает изучение специфики и актуальных проблем разработки политической рекламы, а также классификации технологий и приемов, стадий процесса разработки, этапов разработки политической 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 государственном и муниципальном управлении.

Задачи дисциплины:

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

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

-сформировать умения различать и определять эффективность применения в сложившейся профессиональной ситуации бюджета политической 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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код 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-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 для политической рекламы в печати, на радио и ТВ	ПК-1 – 31
		специфику и актуальные проблем разработки политической рекламы, а также классификации технологий и приемов, стадий процесса разработки, этапов разработки политической рекламы, методов работы, оценки эффективности результатов.	ПК-1 – 32
	Уметь	разрабатывать основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью для политической рекламы в печати, на радио и ТВ.	ПК-1 – У1
		использовать соответствующие технологии в профессиональной сфере деятельности, необходимые для управления политической рекламой в печати, на радио и ТВ.	ПК-1 – У2
	Владеть	навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта для политической 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 государственном и муниципальном управлении.	ПК-1 – В2

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

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

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Профессиональные компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины «Политическая реклама в печати, на радио и ТВ» базируются на основе изучения следующих дисциплин: «Политология», «Основы рекламы и связей с общественностью».

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «Политическая реклама в печати, на радио и ТВ» являются базой для освоения следующих дисциплин: «Проектная практика», «Преддипломная практика», «Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена», «Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы».

Развитие у обучающихся навыков работы в сфере разработки фирменного стиля обеспечивается чтением лекций, проведением семинарских занятий, содержание которых разработано на основе результатов практической деятельности, осуществляемой студентами в Институте, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

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 3 зачётные 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		
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	8	2	6	64	
		7	1	36	4			32	Зачет с оценкой

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Телекоммуникационные и компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью.

Учебная дисциплина «Телекоммуникационные и компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

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.

Задачи дисциплины:

- 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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код 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-2 способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения		Код результата обучения
ПК-2 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
		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 (МОДУЛЯ) 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).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Профессиональные компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины «Телекоммуникационные и компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью» базируются на основе изучения следующих дисциплин и компетенций:

«Информационные технологии в рекламной деятельности».

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «Телекоммуникационные и компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью» являются базой для освоения следующих дисциплин: «Управление сайтом государственного и муниципального

учреждения», «Инновационные технологии в рекламе и связях с общественностью в государственном и муниципальном управлении».

Развитие у обучающихся навыков работы в сфере телекоммуникационных и компьютерных технологий обеспечивается чтением лекций, проведением семинарских занятий, содержание которых разработано на основе результатов практической деятельности, осуществляемой студентами в Институте, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

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 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	8	2	6		28	
		8	1	36	4				32	зачет с оценкой

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Инновационные технологии в рекламе и связях с общественностью в государственном и муниципальном управлении.

Учебная дисциплина «Инновационные технологии в рекламе и связях с общественностью в государственном и муниципальном управлении» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в государственном и муниципальном управлении» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3+).

«Инновационные технологии в рекламе и связях с общественностью в государственном и муниципальном управлении» является одной из профессиональных дисциплин, которая готовит выпускника к авторской, организаторской и проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью и позволяет усвоить основы работы с инновационными технологиями для заказчиков на рынке профессиональной деятельности. Данная дисциплина является теоретической с элементами прикладных

знаний и направлена на усвоение профессиональных умений и навыков, позволяющих полноценно выполнять обязанности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

Цели освоения дисциплины: 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 государственной и муниципальной 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.

Задачи дисциплины:

- сформировать у студентов способности к самостоятельному анализу и поиску информации, необходимой для решения профессиональных задач, способен 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. Владение методами работы 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.

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код 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-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	Знать	типичные алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью и методы их реализации при помощи инновационных	ПК-1 – 31

деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами		технологий в рекламе и связях с общественностью в государственном и муниципальном управлении;	
		специфику и актуальные проблемы инновационных технологий	ПК-1 – 32
	Уметь	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 государственном и муниципальном управлении;	ПК-1 – У1
		работать с инновационными технологиями в области рекламы и связей с общественностью, а именно в государственном и муниципальном управлении.	ПК-1 – У2
	Владеть	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 государственном и муниципальном управлении.	ПК-1 – В1
		методами работы в с инновационными технологиями в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-1 – В2

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

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

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Профессиональные компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины «Инновационные технологии в рекламе и связях с общественностью» базируются на основе изучения следующих дисциплин: «Информационные технологии в рекламной деятельности», «Телекоммуникационные и компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью».

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «Инновационные технологии в рекламе и связях с общественностью» являются базой для освоения следующих дисциплин: «Профессионально-творческая практика», «Проектная практика», «Преддипломная практика», «Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена», «Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы».

Развитие у обучающихся навыков работы в сфере телекоммуникационных и компьютерных технологий обеспечивается чтением лекций, проведением семинарских занятий, содержание которых разработано на основе результатов практической деятельности, осуществляемой студентами в Институте, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

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 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	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	8	2	6		28	
		10	1	36	4				32	Зачет с оценкой

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Реклама и связи с общественностью в системе интернет-коммуникаций в государственном и муниципальном управлении.

Учебная дисциплина «Реклама и связи с общественностью в системе интернет-коммуникаций в государственном и муниципальном управлении» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

«Реклама и связи с общественностью в системе интернет-коммуникаций в государственном и муниципальном управлении» является одной из профессиональных дисциплин, которая готовит выпускника к авторской, организаторской и проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью и позволяет усвоить основы работы в интернете для заказчиков на рынке профессиональной деятельности. Данная дисциплина является теоретической с элементами прикладных знаний и направлена на усвоение профессиональных умений и навыков, позволяющих полноценно выполнять обязанности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

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.

Задачи дисциплины:

- 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 государственном и муниципальном управлении.

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код 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-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
		общие структурные закономерности деятельности инновационных технологий в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-1-32
	Уметь	готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью в системе интернет-коммуникаций;	ПК-1-У1
		распознавать и использовать на практике различные виды коммуникации в Интернете.	ПК-1-У2
	Владеть	навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта в системе интернет-коммуникаций	ПК-1-В1

		навыками работы в области рекламы и связей с общественностью в интернете, а именно в государственном и муниципальном управлении.	ПК-1-B2
--	--	--	---------

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

Б1.В.ДЭ.03.02 Реклама и связи с общественностью в системе интернет-коммуникаций является элективной дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана и изучается студентами четвертого курса в седьмом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Профессиональные компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины «Реклама и связи с общественностью в системе интернет-коммуникаций в государственном и муниципальном управлении» базируются на основе изучения следующих дисциплин: «Введение в современную коммуникацию», Информационные технологии в рекламной деятельности», «Телекоммуникационные и компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью».

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «Реклама и связи с общественностью в системе интернет-коммуникаций в государственном и муниципальном управлении» являются базой для освоения следующих дисциплин: «Преддипломная практика», «Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена», «Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы».

Развитие у обучающихся навыков работы в сфере телекоммуникационных и компьютерных технологий обеспечивается чтением лекций, проведением семинарских занятий, содержание которых разработано на основе результатов практической деятельности, осуществляемой студентами в Институте, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

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 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	8	2	6		28	
		10	1	36	4				32	Зачет с оценкой

1. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины:

Реклама и связи с общественностью в формировании социальной ответственности бизнеса

Учебная дисциплина «Реклама и связи с общественностью в формировании социальной ответственности бизнеса» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

«Реклама и связи с общественностью в формировании социальной ответственности бизнеса» является одной из профессиональных дисциплин, которая готовит выпускника к авторской, организаторской и проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью и позволяет усвоить основы работы социальной ответственности бизнеса на рынке профессиональной деятельности. Данная дисциплина является теоретической с элементами прикладных знаний и направлена на усвоение профессиональных умений и навыков, позволяющих полноценно выполнять обязанности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

Цели освоения 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.

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код 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
ПК-3 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта	Знать	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
	Уметь	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
	Владеть	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).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Профессиональные компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины «Реклама и связи с общественностью в формировании социальной ответственности бизнеса» базируются на основе изучения следующих дисциплин: «Организация и проведение рекламных и PR-кампаний в бизнесе», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью».

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «Реклама и связи с общественностью в формировании социальной ответственности бизнеса» являются базой для освоения следующих дисциплин: «Проектная практика», «Преддипломная практика», «Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена», «Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы».

Развитие у обучающихся навыков работы в рекламе и связях с общественностью в социальной ответственности бизнеса обеспечивается чтением лекций, проведением семинарских занятий, содержание которых разработано на основе результатов практической деятельности, осуществляемой студентами в Институте, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

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.

Учебная дисциплина «Связи бизнеса с государством, технологии лоббирования» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

«Связи бизнеса с государством, технологии лоббирования» является одной из профессиональных дисциплин, которая готовит выпускника к авторской, организаторской и проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью и позволяет усвоить основы работы бизнеса с государственными структурами на рынке профессиональной деятельности. Данная дисциплина является теоретической с элементами прикладных знаний и направлена на усвоение профессиональных умений и навыков, позволяющих полноценно выполнять обязанности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

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 при установлении контактов с государственными структурами.

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 государственном и муниципальном управлении.

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 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код 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
ПК-4 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать	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

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