

**НЕГОСУДАРСТВЕННАЯ АВТОНОМНАЯ
НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ МИРОВЫХ ЦИВИЛИЗАЦИЙ»**

Выпускающая кафедра: Рекламы и медиакоммуникаций

АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки: Коммерческая реклама

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Б1.О.01 Философия

Наименование кафедры: Кафедра мировых цивилизаций и мировой политики

1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины Философия являются:

- формирование у студентов представления о специфике философии как способе познания и духовного освоения мира;
- объяснение сути и значения истории философии для становления научно-теоретического мышления;
- ознакомление с основными разделами современного философского знания, философскими проблемами и методами их исследования;
- обучение базовым принципам и приемам философского познания;
- выработка навыков работы с оригинальными и адаптированными философскими текстами;
- введение в круг философских проблем, связанных с областью будущей профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины: обеспечить получение студентами знаний по следующим вопросам:

- место философии в системе различных научных знаний, ее предмет, содержание и специфика;
- основные понятия и категориальный аппарат философии;
- мировоззренческая, методологическая, гносеологическая и аксиологическая функции философии;
- методы философского познания;
- основные исторические периоды и особенности развития философского знания на каждом этапе;
- основные разделы и направления философского знания.

2. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Философия относится к Блоку 1, «Дисциплины (модули)» обязательной части.

3. Общий объем дисциплины:

3 з.е. (108 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

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

Знает: основные категории философии, основы межкультурной коммуникации, закономерности исторического развития России в мировом историко-культурном, религиозно-философском и этико-эстетическом контексте; воспринимает Российскую Федерацию как государство с

исторически сложившимся разнообразным этническим и религиозным составом населения и региональной спецификой.

Умеет: анализировать социокультурные различия социальных групп, опираясь на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории, социокультурных традиций мира, основных философских, религиозных и этических учений.

Владеет: навыками конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции; сознательного выбора ценностных ориентиров и гражданской позиции; аргументированного обсуждения и решения проблем мировоззренческого, общественного и личностного характера; демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям своего Отечества и народов мира.

5. Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.02.01 История России

Наименование кафедры: Кафедра мировых цивилизаций и мировой политики

1. Цель и задачи дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины «История России» является: формирование у студентов комплексного представления о культурно-историческом своеобразии России, ее месте в мировой и европейской цивилизации.

Задачи дисциплины:

– понимание гражданственности и патриотизма как преданности своему Отечеству, стремления своими действиями служить его интересам, в т. ч. и защите национальных интересов России;

– знание движущих сил и закономерностей исторического процесса; места человека в историческом процессе, политической организации общества;

– воспитание нравственности, морали, толерантности;

– понимание многообразия культур и цивилизаций в их взаимодействии, многовариантности исторического процесса;

– понимание места и роли области деятельности выпускника в общественном развитии, взаимосвязи с другими социальными институтами;

– способность работы с разноплановыми источниками, способность к эффективному поиску информации и критике источников;

– навыки исторической аналитики: способность на основе исторического анализа и проблемного подхода преобразовывать информацию в знание, осмысливать процессы, события и явления в России и мировом сообществе в их динамике и взаимосвязи, руководствуясь принципами научной объективности и историзма;

– умение логически мыслить, вести научные дискуссии;

– творческое мышление, самостоятельность суждений, интерес к отечественному и мировому культурному и научному наследию, его сохранению и преумножению.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина История России относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)» основной части.

3. Общий объем дисциплины:

2 з.е. (72 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

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

Знает: основные категории философии, основы межкультурной коммуникации, закономерности исторического развития России в мировом историко-культурном, религиозно-философском и этико-эстетическом контексте; воспринимает Российскую Федерацию как государство с исторически сложившимся разнообразным этническим и религиозным составом населения и региональной спецификой.

Умеет: анализировать социокультурные различия социальных групп, опираясь на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории, социокультурных традиций мира, основных философских, религиозных и этических учений.

Владет: навыками конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции; сознательного выбора ценностных ориентиров и гражданской позиции; аргументированного обсуждения и решения проблем мировоззренческого, общественного и личностного характера; демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям своего Отечества и народов мира.

5. Форма промежуточной аттестации: зачёт.

Б1.О.02.02 Всеобщая история

Наименование кафедры: Кафедра мировых цивилизаций и мировой политики

1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины «Всеобщая история» являются:

- сформировать у студентов комплексное представление о культурно-историческом своеобразии «Всеобщей истории», ее месте в мировой и европейской цивилизации;
- сформировать систематизированные знания об основных закономерностях и особенностях всемирно-исторического процесса, с акцентом на изучение истории России;
- ввести в круг исторических проблем, связанных с областью будущей профессиональной деятельности,
- выработка навыков получения, анализа и обобщения исторической информации.

Задачи дисциплины:

- понимание гражданственности и патриотизма как преданности своему Отечеству, стремления своими действиями служить его интересам, в т.ч. и защите национальных интересов России;
- знание движущих сил и закономерностей исторического процесса; места человека в историческом процессе, политической организации общества;
- воспитание нравственности, морали, толерантности;
- понимание многообразия культур и цивилизаций в их взаимодействии, многовариантности исторического процесса;
- понимание места и роли области деятельности выпускника в общественном развитии, взаимосвязи с другими социальными институтами;
- способность работы с разноплановыми источниками; способность к эффективному поиску информации и критике источников;
- навыки исторической аналитики: способность на основе исторического анализа и проблемного подхода преобразовывать информацию в знание, осмысливать процессы, события и явления в России и мировом сообществе в их динамике и взаимосвязи, руководствуясь принципами научной объективности и историзма;
- умение логически мыслить, вести научные дискуссии; творческое мышление, самостоятельность суждений, интерес к отечественному

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Всеобщая история относится к Блоку 1, «Дисциплины (модули)» обязательной части.

3. Общий объем дисциплины:

2 з.е. (72 час.)

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

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

Знает: основные категории философии, основы межкультурной коммуникации, закономерности исторического развития России в мировом историко-культурном, религиозно-философском и этико-эстетическом контексте; воспринимает Российскую Федерацию как государство с исторически сложившимся разнообразным этническим и религиозным составом населения и региональной спецификой.

Умеет: анализировать социокультурные различия социальных групп, опираясь на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории, социокультурных традиций мира, основных философских, религиозных и этических учений.

Владеет: навыками конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции; сознательного выбора ценностных ориентиров и гражданской позиции; аргументированного обсуждения и решения проблем мировоззренческого, общественного и личностного характера; демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям своего Отечества и народов мира.

5. Форма промежуточной аттестации: зачёт

Б1.О.03 Иностранный язык

Наименование кафедры: Кафедра иностранных языков для лингвистических специальностей

1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины Иностранный язык являются: повышение исходного уровня владения английским языком, достигнутого на предыдущей ступени образования; овладение студентами необходимого и достаточного уровня коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в профессиональной деятельности; развитие компетенций как совокупности речевых умений и навыков в чтении, аудировании, письменной и устной речи, необходимых для познавательной и научной деятельности и при общении с зарубежными партнерами, а также использование полученных знаний по данной дисциплине для личностного роста и самообразования.

Задачи дисциплины:

- научить владению иностранным языком на уровне, обеспечивающем эффективную профессиональную деятельность;
- повысить уровень учебной автономии студентов, их способности к самообразованию;
- развивать у студентов когнитивные и исследовательские умения; расширять кругозор и повышать общий уровень культуры студентов;
- воспитывать и развивать чувство толерантности и уважение к духовным ценностям разных стран и народов.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Иностранный язык (английский) относится к Блоку 1, «Дисциплины (модули)» обязательной части.

3. Общий объем дисциплины:

8 з.е. (188 час.)

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

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

Знает: основные современные коммуникативные средства, в том числе на иностранном(-ых) языке(-ах), используемые в академическом и профессиональном взаимодействии.

Умеет: создавать на русском и иностранном языке письменные тексты научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; производить редакторскую и корректорскую правку текстов научного и официально-делового стилей речи на русском и иностранном языке.

Владеет: системой норм русского литературного и иностранного (-ых) языка(-ов); навыками использования языковых средств для достижения профессиональных целей, ведения деловой переписки.

5. Форма промежуточной аттестации: *зачёт; экзамен.*

Б1.О.04 Безопасность жизнедеятельности

Наименование кафедры: Кафедра психологии

1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» являются:

– формирование профессиональной культуры безопасности (ноксологической культуры), т. е., готовности и способности личности использовать в профессиональной деятельности приобретенную совокупность знаний, умений и навыков для обеспечения безопасной жизни, безопасности в сфере профессиональной деятельности;

– изменения характера мышления и ценностных ориентаций, при которых вопрос безопасности рассматриваются в качестве приоритета;

– способности использовать методы защиты населения и персонала в условиях чрезвычайных ситуаций, а также освоение приемов оказания первой помощи при травмах и несчастных случаях.

Основные задачи дисциплины:

– вооружить обучаемых теоретическими знаниями, необходимыми для создания комфортного состояния среды обитания; идентификации опасностей; разработки и реализации мер защиты человека и среды обитания от негативных воздействий;

– научить ориентироваться в основных методах и системах обеспечения техносферной безопасности;

– привить практические навыки для принятия решений по защите производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.

– участие в осуществлении мероприятий по охране окружающей среды на основе требований промышленной безопасности и других нормативных документов, регламентирующих качество природных сред;

– планирование и выполнение мероприятий по предупреждению производственного травматизма, профессиональных заболеваний и экологических нарушений, а также анализ и предупреждение аварийных ситуаций.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» относится к Блоку 1, «Дисциплины (модули)» обязательной части.

3. Общий объем дисциплины:

3 з.е. (108 час.)

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

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

Знает: классификацию и источники чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций, военных конфликтов; методы сохранения природной среды, факторы обеспечения устойчивого развития общества

Умеет: обеспечивать условия труда на рабочем месте, безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций

Владеет: методами прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций; навыками по применению основных методов защиты в условиях чрезвычайных ситуаций в повседневной жизни и профессиональной деятельности

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.О.05 Физическая культура и спорт

Наименование кафедры: Кафедра психологии

1. Цель и задачи дисциплины

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

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

Задачи дисциплины направлены на:

- обеспечение понимания роли физической культуры в развитии личности и подготовке ее к профессиональной деятельности;
- освоение научно-биологических и практических основ физической культуры;
- освоение основных принципов здорового образа жизни;
- установки на физическое самосовершенствование и самовоспитание;
- формирование мотивационно - ценностного отношения студентов к физической культуре;
- приобретение потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями;
- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, развития психофизических способностей;
- приобретения опыта творческого использования физкультурно-спортивной деятельности для достижения жизненных и профессионально значимых целей.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Физическая культура и спорт» относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)» обязательной части.

3. Общий объем дисциплины:

2 з.е. (72 час.)

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

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

Знает: закономерности функционирования здорового организма; принципы распределения физических нагрузок; нормативы физической

готовности по общей физической группе и с учетом индивидуальных условий физического развития человеческого организма; способы пропаганды здорового образа жизни.

Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности; грамотно распределять нагрузки; выработать индивидуальную программу физической подготовки, учитывающую индивидуальные особенности развития организма.

Владеет: методами поддержки должного уровня физической подготовленности; навыками обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности; базовыми приемами пропаганды здорового образа жизни.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.О.06 Религиоведение

Наименование кафедры: Кафедра мировых цивилизаций и мировой политики

1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины Религиоведение являются: усвоение студентами знаний о религии как форме общественного сознания, получение общих представлений о феномене религии, мировых и основных национальных религиях, конфессиональной ситуации в современной мире; формирование научного, гуманистического, толерантного мировоззрения, веротерпимости, ценностного отношения к человеку, его правам и свободам, способности к межкультурному и межрелигиозному диалогу, получение профессиональных навыков общения и взаимодействия с представителями разных конфессий.

Задачами дисциплины являются:

– усвоение основного понятийного аппарата современного религиоведения и теоретических знаний в области религиоведения, с целью понимания роли и места религии в истории и культуре человечества;

– изучение особенностей наиболее распространенных религиозных систем, их верований и традиций, выявление общечеловеческих ценностей в различных религиях;

– выявление мировоззренческих, психологических и поведенческих особенностей представителей различных конфессий, для дальнейшего учета их при осуществлении служебной деятельности;

– воспитание уважительного отношения к религиозным и нерелигиозным убеждениям личности;

– воспитание уважительного отношения к прошлому своей страны и духовному наследию предков.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Религиоведение относится к Блоку 1, «Дисциплины (модули)» обязательной части.

3. Общий объем дисциплины:

2 з.е. (72 час.)

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

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

Знает: основные категории философии, основы межкультурной коммуникации, закономерности исторического развития России в мировом историко-культурном, религиозно-философском и этико-эстетическом контексте; воспринимает Российскую Федерацию как государство с

исторически сложившимся разнообразным этническим и религиозным составом населения и региональной спецификой.

Умеет: анализировать социокультурные различия социальных групп, опираясь на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории, социокультурных традиций мира, основных философских, религиозных и этических учений.

Владеет: навыками конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции; сознательного выбора ценностных ориентиров и гражданской позиции; аргументированного обсуждения и решения проблем мировоззренческого, общественного и личностного характера; демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям своего Отечества и народов мира.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.О.07 Право

Наименование кафедры: Кафедра адвокатуры и правоприменительной деятельности

1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины Право являются формирование у студентов систематизированных знаний о современной системе правовых отношений в обществе, умений проектировать профессиональную деятельность на их основе.

Задачи изучения дисциплины Право являются:

- овладение знаниями действующих правовых норм, обеспечивающих борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности;
- узнать способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней; проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, которые необходимо решить для ее достижения;
- анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов; использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Право относится к Блоку 1, «Дисциплины (модули)» базовой части.

3. Общий объем дисциплины:

3 з.е. (108 час.)

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

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.

Знает: виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; основные методы оценки разных способов решения задач; действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность.

Умеет: проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, которые необходимо решить для ее достижения; анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов; использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности.

Владеет: методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта; навыками работы с нормативно-правовой документацией.

УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению.

Знает: действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности; способы профилактики коррупции и формирование нетерпимого отношения к ней.

Умеет: планировать, организовывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме.

Владеет: навыками взаимодействия в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции.

5. Форма промежуточной аттестации: *дифференцированный зачет.*

Б1.О.08 Межкультурные коммуникации (в т.ч. Русский язык и культура речи)

Наименование кафедры: Кафедра цивилизационной журналистики

1. Цель и задачи дисциплины

Цель учебной дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о концептуальных подходах в теории межкультурной коммуникации в современном поликультурном пространстве, методах исследовательской работы, формировании навыков художественной коммуникации и самостоятельного анализа и систематизации материала с последующим применением в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины:

– Теоретическая и практическая подготовка бакалавров в области русского языка ориентирована на высокий уровень владения речевой культурой, что позволит в определенной ситуации общения при соблюдении современных языковых норм и этики общения обеспечить наибольший коммуникативный эффект в достижении поставленных коммуникативных задач.

– Формирование коммуникативной компетенции, позволяющей эффективно общаться в процессе жизнедеятельности и, в частности, логически верно, аргументировано и ясно владеть устной и письменной речью.

– Формирование стремления к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства; воспитание чувства правильной, образцовой русской речи, осознанного, творческого отношения к языку и любви к русскому слову как аккумулятору национально-культурных и общекультурных ценностей.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Межкультурные коммуникации (в т.ч. русский язык и культура речи) относится к дисциплинам обязательной части учебного плана (Б1.О.08).

3. Общий объем дисциплины:

6 з.е. (216 час.)

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

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

Знает: основные категории философии, основы межкультурной коммуникации, закономерности исторического развития России в мировом историко-культурном, религиозно-философском и этико-эстетическом контексте; воспринимает Российскую Федерацию как государство с исторически сложившимся разнообразным этническим и религиозным составом населения и региональной спецификой.

Умеет: анализировать социокультурные различия социальных групп, опираясь на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории, социокультурных традиций мира, основных философских, религиозных и этических учений.

Владеет: навыками конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции; сознательного выбора ценностных ориентиров и гражданской позиции; аргументированного обсуждения и решения проблем мировоззренческого, общественного и личностного характера; демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям своего Отечества и народов мира.

5. Форма промежуточной аттестации: *зачет, дифференцированный зачет.*

Б1.О.09 История мировых цивилизаций

Наименование кафедры: Кафедра мировых цивилизаций и мировой политики

1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины «История мировых цивилизаций» является формирование целостной системы знаний об истории мировых цивилизаций, о своеобразии экономического развития цивилизаций Востока в сопоставлении с Западом.

Задачи дисциплины:

- формирование знаний о закономерностях и многообразии путей развития общества и государства;
- освоение взаимосвязи экономического, социального и политического развития стран мира.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина История мировых цивилизаций относится к Блоку 1, «Дисциплины (модули)» основной части.

3. Общий объем дисциплины:

2 з.е. (72 час.)

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

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

Знает: основные категории философии, основы межкультурной коммуникации, закономерности исторического развития России в мировом историко-культурном, религиозно-философском и этико-эстетическом контексте; воспринимает Российскую Федерацию как государство с исторически сложившимся разнообразным этническим и религиозным составом населения и региональной спецификой.

Умеет: анализировать социокультурные различия социальных групп, опираясь на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории, социокультурных традиций мира, основных философских, религиозных и этических учений.

Владеет: навыками конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции; сознательного выбора ценностных ориентиров и гражданской позиции; аргументированного обсуждения и решения проблем мировоззренческого, общественного и личностного характера; демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям своего Отечества и народов мира.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.О.10 Информационные технологии

Наименование кафедры: Кафедра бизнес-информатики

1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины «Информационные технологии» являются: формирование научных представлений о принципах и методах эксплуатации информационных технологий и систем (по областям); формирование умений и навыков применения программно-технических средств, CASE-средств; освоение основных принципов организации ИТ методов и технологий их использования; приобретение знаний и навыков решения прикладных задач, возникающих при использовании ИТ, фактографических и документальных БД; закрепление и расширение знаний студентов в области информационных технологий в государственном и муниципальном управлении.

Задачами дисциплины являются:

– рассмотрение вопросов информатизации общества, роли и места информационных ресурсов в международной экономической деятельности, изучение технических и программных средств реализации информационных процессов, изучение инструментария решения функциональных задач средствами информационных технологий.

– обучение студентов практическим навыкам работы с прикладным программным обеспечением для выполнения профессиональных задач.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Информационные технологии» относится к Блоку 1, «Дисциплины (модули)» основной части.

3. Общий объем дисциплины:

8 з.е. (288 час.)

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

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

Знает: современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

Умеет: использовать необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.

Владеет: современными цифровыми устройствами, платформами и программным обеспечением на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

5. Форма промежуточной аттестации: экзамен; экзамен.

Б1.О.11 Теория вероятности и математическая статистика

Наименование кафедры: Кафедра бизнес-информатики

1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины Теория вероятности и математическая статистика являются: повышение уровня фундаментальной математической подготовки студентов с усилением ее прикладной экономической направленности; обучение студентов теоретическим основам статистики - статистической методологии и практическим навыкам сбора, обработки и анализа статистических данных, характеризующих экономическое и социальное развитие общества.

Задачи дисциплины:

- теоретическое освоение студентами основных понятий и методов теории вероятностей и математической статистики;
- приобретение практических навыков вычисления вероятности случайных событий, исследования законов распределения случайных величин и их числовых характеристик;
- обучение студентов методам обработки статистической информации для оценки значений параметров и проверки значимости гипотез;
- обучение студентов использованию современных информационных технологий для решения вероятностно-статистических задач.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Теория вероятности и математическая статистика относится к Блоку 1, «Дисциплины (модули)» основной части.

3. Общий объем дисциплины:

3 з.е. (108 час.)

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

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

Знает: методы критического анализа и оценки современных научных достижений; основные принципы критического анализа.

Умеет: получать новые знания на основе анализа, синтеза и других методов; собирать данные по сложным научным проблемам, относящимся к профессиональной области; осуществлять поиск информации и решений на основе экспериментальных действий.

Владеет: навыками исследования проблем профессиональной деятельности с применением анализа, синтеза и других методов интеллектуальной деятельности; выявления научных проблем и использования адекватных методов для их решения; демонстрации оценочных суждений в решении проблемных профессиональных ситуаций.

5. Форма промежуточной аттестации: *дифференцированный зачет.*

Б1.О.12 Основы теории коммуникации

Наименование кафедры: Кафедра рекламы и медиакоммуникаций

1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины (модуля). Основы теории коммуникации являются:

– сформировать у студентов знания об исторических вехах возникновения коммуникации, существующих моделях и видах, содержании, роли и значении коммуникаций для общества, а также способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

Задачи дисциплины:

– изучение теоретических основ и практических навыков в коммуникациях;

– изучение основных законов и принципов формирования современных эффективных коммуникаций;

– приобретение практических навыков успешной реализации коммуникационного взаимодействия в профессиональной деятельности.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Основы теории коммуникации» относится к дисциплинам обязательной части учебного плана (Б1.О.12).

3. Общий объем дисциплины:

6 з.е. (216 час.)

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

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

Демонстрирует: кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса.

Умеет: использовать достижения отечественной и мировой культуры.

Владеет: средствами художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

5. Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.13 Социология массовых коммуникаций

Наименование кафедры: Кафедра рекламы и медиакommunikаций

1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины «Социология массовых коммуникаций» являются формирование у обучающихся компетенций на основе освоения ими знаний, приобретения умений и навыков; получение студентами базовых знаний в области социологии массовой коммуникации, что должно способствовать их глубокому пониманию социального контекста деятельности в области рекламы, связей с общественностью, традиционных СМИ и новых медиа.

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

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Социологии массовых коммуникаций относится к дисциплинам обязательной части учебного плана (Б1.О.13),

3. Общий объем дисциплины:

4 з.е. (144 час.)

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

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

Знает: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития.

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

Владеет: навыками создания коммуникационных продуктов, учитывая

основные тенденции развития общественных и государственных институтов.

5. Форма промежуточной аттестации: *дифференцированный зачет.*

Б1.О.14 Психология массовых коммуникаций

Наименование кафедры: Кафедра психологии

1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины Психология массовых коммуникаций являются знакомство с предметной областью, теоретическим обоснованием и методами исследований в психологии массовых коммуникаций как комплексной научно-практической психологической дисциплины.

Задачи дисциплины:

– создать целостную систему представлений о массовом сознании, его характерных особенностях, способах эффективного воздействия на аудиторию;

– познакомить с основными направлениями психологических исследований массовой коммуникации;

– сформировать практические умения, связанные с отбором и преобразованием информации, формированием коммуникационного сообщения, учетом требований целевой аудитории в процессе обратной связи;

– привлечь внимание к проблемам современного общества;

– стимулировать развитие профессиональных интересов, специальных умений.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Психология массовых коммуникаций «относится к Блоку 1, «Дисциплины (модули)» основной части.

3. Общий объем дисциплины:

3 з.е. (108 час.)

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

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

Знает: принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.

Умеет: осуществлять отбор информации, профессиональных средств в соответствии с принципами социальной ответственности.

Владеет: профессиональными приемами рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом.

5. Форма промежуточной аттестации: *дифференцированный зачет.*

Б1.О.15 Теория и практика массовой информации

Наименование кафедры: Кафедра рекламы и медиакommunikаций

1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины «Теория и практика массовой информации» являются формирование у обучающихся системного представления о теоретических концепциях и практических реалиях в сфере массмедиа, накопление ими практических навыков в медиа-деятельности, а также ознакомление студентов с теорией и практикой массовой информации, ролью средств массовой информации в современном обществе, с рынком СМИ, с теорией и методикой журналистского творчества.

Задачами дисциплины являются:

- ознакомить студентов с основами теоретических и эмпирических положений в области массовой информации;
- сформировать совокупность навыков анализа теоретических и эмпирических материалов для дальнейшего использования в научной и практической деятельности;
- научить студентов пользоваться различными информационными источниками, сетью и способами информирования журналистов, привить навыки работы с текстом во всех его жанровых разновидностях, а также ориентироваться в технических средствах массовой коммуникации;
- выявить общее и специфическое в теории и практике медиа-деятельности;
- развить способности творческого использования полученных знаний в профессиональной деятельности.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Теория и практика массовой информации относится к дисциплинам обязательной части учебного плана (Б1.О.15).

3. Общий объем дисциплины:

8 з.е. (288 час.)

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

Знает: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакommunikационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

Умеет: осуществлять свои профессиональные действия с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы

Владеет: профессиональными навыками в сфере медиакоммуникаций с учетом правовых и этических норм регулирования профессиональной деятельности

5. Форма промежуточной аттестации: *зачет экзамен.*

Б1.О.16 Основы интегрированных коммуникаций

Наименование кафедры: Кафедра рекламы и медиакоммуникаций

1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины (модуля) Основы интегрированных коммуникаций являются:

– Сформировать у студентов знания об исторических вехах возникновения интегрированных коммуникаций, содержания, роли и их значении для общества и бизнеса, а также навыки и умения планирования, организации и реализации интегрированных коммуникаций по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок.

Задачи:

– 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;

– сформировать общее представление о специфике спонсорства, его видах и сферах применения (в сфере культуры, спорта и пр.);

– обозначить специфику продакт-плейсмент, в том числе по сравнению с медийной рекламой.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Основы интегрированных коммуникаций относится к дисциплинам обязательной части учебного плана (Б1.О.16).

3. Общий объем дисциплины:

4 з.е. (144 час.)

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

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

Знает: основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

Умеет: соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.

Владеет: навыками создания коммуникационного продукта с учетом запросов общества и аудитории

5. Форма промежуточной аттестации: *дифференцированный зачет.*

Б1.О.17 Основы менеджмента

Наименование кафедры: Кафедра менеджмента

1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения дисциплины «Основы менеджмента» является формирование у студентов целостного системного представления о теории и практике менеджмента для последующего успешного управления организациями.

Задачи изучения дисциплины:

- 1) Изучение мирового опыта менеджмента, а также особенностей российского менеджмента.
- 2) Освоение студентами общетеоретических положений управления социально-экономическими системами.
- 3) Овладение умениями и навыками практического решения управленческих проблем.
- 4) Формирование мотивационной установки на расширение имеющихся знаний и применение их в смежных областях.
- 5) Способствовать всестороннему и гармоничному развитию личности студентов.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Основы менеджмента относится к Блоку 1, «Дисциплины (модули)» базовой части.

3. Общий объем дисциплины:

3 з.е. (108 час.)

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

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.

Знает: виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; основные методы оценки разных способов решения задач; действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность.

Умеет: проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, которые необходимо решить для ее достижения; анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов; использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности.

Владеет: методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта; навыками работы с нормативно-правовой документацией.

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

Знает: основные документы, регламентирующие экономическую деятельность; источники финансирования профессиональной деятельности; принципы планирования экономической деятельности.

Умеет: обосновывать принятие экономических решений, использовать методы экономического планирования для достижения поставленных целей.

Владеет: навыками применения экономических решений.

5. Форма промежуточной аттестации: *дифференцированный зачет.*

Б1.О.18 Основы маркетинга

Наименование кафедры: Кафедра рекламы и медиакоммуникаций

1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины Основы маркетинга является формирование у студентов системы знаний о маркетинге как об особом инструментарии, предназначенном для ведения участниками рынка эффективного наблюдения за его динамикой и приспособления к переменам на нем.

Задачи изучения дисциплины:

- овладение теоретическими основами и категориями маркетинга;
- выработка представления о принципах и методах осуществления маркетинговых исследований;
- постижение содержания и сущности маркетинговой деятельности на современных предприятиях;
- приобретение знаний и навыков в формировании товарной политики фирмы;
- приобретение знаний и навыков в формировании ценовой политики фирмы;
- приобретение знаний и навыков в планировании маркетинга и организации маркетинговой деятельности на отечественных предприятиях.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Основы маркетинга относится к дисциплинам обязательной части учебного плана (Б1.О.18).

3. Общий объем дисциплины:

4 з.е. (144 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

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

Знает: основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

Умеет: соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.

Владеет: навыками создания коммуникационного продукта с учетом запросов общества и аудитории

5. Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.0.19 Маркетинговые исследования и ситуационный анализ

Наименование кафедры: Кафедра рекламы и медиакоммуникаций

1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины Маркетинговые исследования и ситуационный анализ - освоение методики сбора информации о рынке, проектирования процесса маркетинговых исследований, включая поиск источников информации, выбор способов и технических средств сбора, расчет объема выборки, а также приобретение навыков анализа, систематизации данных и компоновки отчета о проведении исследований.

Задачами курса являются:

1) Обеспечение теоретической подготовки по планированию и проведению маркетинговых исследований;

2) Исследование информационной системы маркетинговых исследований;

3) Формирование системного подхода к проблемам проведения маркетинговых исследований, маркетингового анализа и принятия маркетинговых решений.

4) Освоение методики планирования и организация комплексных исследований национальных и международных товарных рынков с целью получения информации для принятия управленческих решений;

5) Формирование системного подхода к процессу планирования и процедуре проведения маркетинговых исследований и обработки полученных данных о рынке.

6) Определение состава и выбор способа сбора информации для: оценки конъюнктуры рынка; проведения сегментации рынков и выбор целевых сегментов; изучения потребителя и способов воздействия на него; выявления требований потребителей к качественным характеристикам товаров и услуг, формирование потребительского спроса и прогнозирование объемов продаж; изучения внутренней среды предприятия, оценка его интеллектуального, технологического и производственного потенциалов, определение слабых и сильных сторон, конкурентоспособности предприятия; подготовки предложений по формированию товарного ассортимента; разработки стратегий сбыта; определения ценовой политики; выбора каналов распределения, организация системы товародвижения продаж; создания системы маркетинговых коммуникаций по формированию спроса и стимулированию сбыта (продаж)

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Маркетинговые исследования и ситуационный анализ относится к дисциплинам обязательной части учебного плана, (Б1.0.19).

3. Общий объем дисциплины:

3 з.е. (108 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

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

Знает: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития.

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

Владеет: навыками создания коммуникационных продуктов, учитывая основные тенденции развития общественных и государственных институтов.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.О.20 Теория и практика связей с общественностью

Наименование кафедры: Кафедра рекламы и медиакоммуникаций

1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины «Теория и практика связей с общественностью» является изучение закономерностей взаимодействия субъектов общественных отношений с гражданами и организациями на основе согласования интересов.

Задачи курса состоят в изучении функций, видов, средств и современных гуманитарных технологий публичных рилейнз в условиях формирования и развития рынка в России.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Теория и практика связей с общественностью относится к Блоку 1, «Дисциплины (модули)» базовой части.

3. Общий объем дисциплины:

7 з.е. (252 час.)

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

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

Знает: принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.

Умеет: осуществлять отбор информации, профессиональных средств в соответствии с принципами социальной ответственности.

Владеет: профессиональными приемами рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет; экзамен.

Б1.О.21 Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью

Наименование кафедры: Кафедра рекламы и медиакоммуникаций

1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины «Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью» являются формирование целостного представления о специфике рекламного и PR текста, системного представления о медиатексте как объекте современного российского медиадискурса.

В ходе реализации цели курса предполагается решение следующих задач:

- овладение понятиями и категориями медиатекста;
- знакомство с типологией современных медиатекстов и их компонентов;
- изучение медиатекстов различных форм и видов, что является основой для формирования представления о том, как реальность конструируется и репрезентируется в средствах массовой информации.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью относится к дисциплинам обязательной части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.О.21).

3. Общий объем дисциплины:

3 з.е. (108 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

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.

Знает: отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.

Умеет: создавать медиатексты и медиапродукты, востребованные сферой рекламы и связей с общественностью.

Владеет: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

5. Форма промежуточной аттестации: *дифференцированный зачет.*

Б1.О.22 Основы правового регулирования рекламно-информационной деятельности

Наименование кафедры: Кафедра адвокатуры и правоприменительной деятельности

1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины Основы правового регулирования рекламно-информационной деятельности являются формирование правовой компетентности обучающихся в области рекламно-информационной деятельности, правовых основ регулирования рекламно-информационной деятельности и юридической ответственности участников рекламно-информационного процесса.

Задачи дисциплины: изучение основных принципов правового регулирования рекламно-информационной деятельности в России и зарубежных странах; выработка умения ориентироваться в нормативно-правовых актах, содержащих нормы о регулировании рекламно-информационной деятельности; получение навыков сравнительного анализа норм права России и зарубежных стран в области регулирования рекламно-информационной деятельности; формирование способностей применять полученные правовые знания в практической деятельности.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Основы правового регулирования рекламно-информационной деятельности относится к Блоку 1, «Дисциплины (модули)» базовой части.

3. Общий объем дисциплины:

4 з.е. (144 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

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

Знает: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

Умеет: осуществлять свои профессиональные действия с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

Владеет: профессиональными навыками в сфере медиакоммуникаций с учетом правовых и этических норм регулирования профессиональной деятельности

5. Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.23 Реклама на местах продаж

Наименование кафедры: Кафедра рекламы и медиакоммуникаций

1. Цель и задачи дисциплины

Целью дисциплины является приобретение обучающимися необходимой квалификации для эффективной организации рекламы на местах продаж на основе современных подходов к формированию медиапродуктов.

Задачи дисциплины:

- изучение и оценка основных рекламных средств, используемых в торговых организациях, выявление особенностей их отбора и применения;
- овладение навыками разработки и внедрения комплекса рекламных средств на местах продаж, в том числе с использованием технологий мерчандайзинга.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Реклама на местах продаж» относится к дисциплинам обязательной части учебного плана.

3. Общий объем дисциплины:

2 з.е. (72час.)

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

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.

Знает: отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.

Умеет: создавать медиатексты и медиапродукты, востребованные сферой рекламы и связей с общественностью.

Владеет: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.О.24 История мировой литературы и искусства

Наименование кафедры: Кафедра цивилизационной журналистики

1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины «История мировой литературы и искусства» являются ознакомление студентов с основными направлениями истории искусства, с культурными парадигмами различных эпох. Необходимо в процессе изучения курса «Истории мировой литературы и искусства» дать студентам систематизированные знания о литературном и художественном процессах, жанрах и стилях литературного творчества, методах анализа художественного текста, месте данной дисциплины в ряду других гуманитарных дисциплин.

Существенной является задача усвоения основных вех в историческом развитии мировой литературы и искусства, определения места и роли в нем русской литературы, а также особенностей литературы как вида искусства. В задачи преподавания входит знакомство студентов с творческим наследием величайших писателей, поэтов, драматургов, художников и композиторов, литературными и архитектурными памятниками различных эпох. Студенты должны ознакомиться и со специфическими особенностями современной мировой литературы и искусства, богатством художественных форм и синтезом искусств как основных тенденций развития мировой культуры. Важной видится задача формирования у студентов художественного вкуса, умения рассматривать произведение искусства с точки зрения его философской и эстетической ценности.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «История мировой литературы и искусства» относится к Блоку 1, «Дисциплины (модули)» базовой части.

3. Общий объем дисциплины:

4 з.е. (144 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

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

Демонстрирует: кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса.

Умеет: использовать достижения отечественной и мировой культуры.

Владеет: средствами художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

5. Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.25 Копирайтинг

Наименование кафедры: Кафедра цивилизационной журналистики

1. Цель и задачи дисциплины

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

Задачи изучения дисциплины:

– дать представление о сущности копирайтинга, его месте и роли в системе рекламного бизнеса; определить основные категории, понятия, термины, которыми оперируют профессиональные копирайтеры;

– познакомить 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 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 особо выделять в них работу копирайтеров, её сильные и слабые стороны сформировать базовые практические навыки разработки вербальной части рекламных коммуникаций.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Копирайтинг относится к дисциплинам обязательной части учебного плана (Б1.О.25).

3. Общий объем дисциплины:

4 з.е. (144 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

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.

Знает: отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.

Умеет: создавать медиатексты и медиапродукты, востребованные сферой рекламы и связей с общественностью.

Владет: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

5. Форма промежуточной аттестации: *экзамен.*

Б1.О.26 Коммуникационный менеджмент

Наименование кафедры: Кафедра рекламы и медиакоммуникаций

1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины Коммуникационный менеджмент являются формирование целостного представления о сущности коммуникационного менеджмента как универсальной деятельности по изучению, проектированию, формированию и развитию коммуникационных систем (организации, проекта, бренда, личности и т.д.), концепции управления изменениями посредством коммуникационных моделей, инструментов, технологий, методологии и методике проведения консалтинговых исследований в сфере управления коммуникациями.

Задачи дисциплины:

- получение представления о понятии, концептуальных основах и сферах применения коммуникационный менеджмент;
- знание принципов стратегического планирования и оперативного управления в сфере корпоративных коммуникаций;
- умение пользоваться методами социального анализа в коммуникационный менеджмент.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Коммуникационный менеджмент относится к Блоку 1, «Дисциплины (модули)» базовой части.

3. Общий объем дисциплины:

5 з.е. (180 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

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

Знает: принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.

Умеет: осуществлять отбор информации, профессиональных средств в соответствии с принципами социальной ответственности.

Владеет: профессиональными приемами рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом.

5. Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.27 Связи с общественностью и общественное мнение

Наименование кафедры Кафедра рекламы и медиакоммуникаций

1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины (модуля) «Связи с общественностью и общественное мнение» являются дать студентам теоретические знания об основных этапах возникновения связей с общественностью, а также базовых направлениях и технологиях реализации связей с общественностью как функции государственного и делового управления.

Задачи дисциплины:

- сформировать устойчивые представления об основополагающих понятиях, определениях, теоретических подходах, месте и значении связей с общественностью в современном гражданском обществе;
- познакомить с PR-инструментарием, основными приемами и методами связей с общественностью;
- дать представление о содержании связей с общественностью в различных сферах коммуникативного пространства;
- выработать навыки практического применения полученных знаний по управлению современными PR-кампаниями;
- уяснить основополагающие понятия, определения, теоретические подходы, место и значение рекламы в системе маркетинговых коммуникаций.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Связи с общественностью и общественное мнение относится к дисциплинам обязательной части учебного плана, (Б1.О.27).

3. Общий объем дисциплины:

4 з.е. (144 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

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

Знает: принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.

Умеет: осуществлять отбор информации, профессиональных средств в соответствии с принципами социальной ответственности.

Владеет: профессиональными приемами рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом.

5. Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.28 Реклама в коммуникационном процессе

Наименование кафедры Кафедра рекламы и медиакоммуникаций

1. Цель и задачи дисциплины

Целью учебной дисциплины «Реклама в коммуникационном процессе» является освоение знаний и приобретение умений и навыков по применению действующего законодательства о рекламе, организации и оценке эффективности рекламных акций и кампаний, а также формирование компетенций, необходимых для осуществления профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- овладение основными понятиями в области рекламной деятельности, определение роли и места рекламы в коммуникационном процессе;
- изучение структуры рекламной деятельности компании, ее основных элементов и классификации рекламы;
- изучение характеристик средств рекламы;
- приобретение знаний и умений, позволяющих выбирать и применять носители рекламы с учетом финансовых возможностей организаций и их специализаций;
- приобретение умений организации рекламных акции и/или рекламных кампаний, оценки их эффективности.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Реклама в коммуникационном процессе» относится к дисциплинам обязательной части учебного план.

3. Общий объем дисциплины:

4 з.е. (144 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

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.

Знает: отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.

Умеет: создавать медиатексты и медиапродукты, востребованные сферой рекламы и связей с общественностью.

Владеет: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

5. Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.29 Основы брендинга

Наименование кафедры: Кафедра рекламы и медиакоммуникаций

1. Цель и задачи дисциплины

Целью дисциплины «Основы брендинга» является обобщение теоретических и практических аспектов создания и последующего управления брендами в современных компаниях.

Задачи дисциплины:

- раскрыть суть и генезис понятия «бренд», рассмотреть его классификации, функции и архитектуру;
- определить выгоду создания брендов в компании, путем анализа основных способов оценки капитала бренда;
- охарактеризовать основные стратегии, механизмы управления брендами в компаниях;
- проанализировать процесс ребрендинга, оценить его сильные и слабые стороны.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Данная дисциплина относится к обязательной части учебного плана

3. Общий объем дисциплины:

3 з.е. (108 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

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

Знает: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития.

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

Владеет: навыками создания коммуникационных продуктов, учитывая основные тенденции развития общественных и государственных институтов.

5. Форма промежуточной аттестации: *дифференцированный зачет.*

Б1.О.30 Технология создания имиджа в рекламе и связях с общественностью

Наименование кафедры: Кафедра рекламы и медиакоммуникаций

1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины Технология создания имиджа в рекламе и связях с общественностью являются сформировать у студентов способность создавать имидж в рекламе и связях с общественностью, а также проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, базируясь на современных технологиях.

Задачи:

- обозначить место имиджологии в ряду других дисциплин;
- рассмотреть механизмы влияния в процессе формирования имиджа;
- определить структуру и типологию имиджа;
- технологии имиджирования: позиционное представление презентации.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Теория и практика рекламы и связей с общественностью относится к дисциплинам обязательной части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.О.30).

3. Общий объем дисциплины:

3 з.е. (108 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

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

Знает: основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

Умеет: соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.

Владеет: навыками создания коммуникационного продукта с учетом запросов общества и аудитории

5. Форма промежуточной аттестации: *дифференцированный зачет.*

Б1.О.31 Основы репутационного менеджмента и работа с персоналом

Наименование кафедры: Кафедра рекламы и медиакоммуникаций

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины «Основы репутационного менеджмента и работа с персоналом» - сформировать представление о сущности формирования делового имиджа компании, как универсальной деятельности по изучению и проектированию репутационной политики, а также ознакомить студентов с современными репутационными технологиями и дать навыки использования коммуникационных средств и коммуникативных приемов в корпоративном репутационном PR.

Задачи учебного курса:

- познакомить с предпосылками возникновения репутационного менеджмента в системе коммуникационного менеджмента;
- изучить объект и предмет репутационного менеджмента, его основные принципы и функции;
- выявить различия между имиджем и репутацией;
- показать многообразие видов современного репутационного менеджмента, отразить их специфику;
- проводить репутационный аудит организации;
- освоить практические навыки формирования рекламных и PR-программ формирования имиджа

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Основы репутационного менеджмента и работа с персоналом» относится к дисциплинам обязательной части учебного плана (Б1.О.31).

3. Общий объем дисциплины:

3 з.е. (108 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

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

Знает: принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.

Умеет: осуществлять отбор информации, профессиональных средств в соответствии с принципами социальной ответственности.

Владеет: профессиональными приемами рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.О.32 Проектирование средств визуальной коммуникации

Наименование кафедры: Кафедра цивилизационного дизайна

1. Цель и задачи дисциплины

Цели и задачи дисциплины «Проектирование средств визуальной коммуникации» направлены на овладение теоретическими основами и практическими навыками формирования процесса проектирования различных средств визуальной коммуникации.

Задачи дисциплины:

- изучить классификацию средств визуальных коммуникаций;
- изучить знаки ориентирования;
- изучить подходы к визуализации информации с помощью современных информационных технологий;
- научить применять особенности графической и цветовой подачи информации с помощью современных информационных технологий;
- научить применять композиционные особенности макетирования и моделирования объектов инфографики;
- научить применять особенности макетирования и моделирования рекламной продукции с учетом художественного замысла рекламного проекта;
- приобретение навыков создания инфографических объектов;
- приобретение навыков визуализации в электронном формате.

Учебная дисциплина способствует углублению и расширению базовой профессиональной подготовки студентов, а также учитывает их образовательные потребности.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Проектирование средств визуальной коммуникации» относится к дисциплинам обязательной части учебного плана (Б1.О.32).

3. Общий объем дисциплины:

4 з.е. (144 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

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

Знает: современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

Умеет: использовать необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.

Владеет: современными цифровыми устройствами, платформами и программным обеспечением на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

5. Форма промежуточной аттестации: *экзамен.*

Б1.О.33 Политическая реклама

Наименование кафедры: Кафедра рекламы и медиакоммуникаций

1. Цель и задачи дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Политическая реклама» является подготовка специалистов, владеющих теоретическими и практическими знаниями в области современных политических технологий, ознакомление студентов со спецификой проведения рекламных кампаний в политической сфере, а также рассмотрение закономерностей политической рекламы как особого вида коммуникации.

Курс основан на отечественных теоретических материалах по политической рекламе с активным привлечением опыта современных избирательных кампаний всех уровней.

Необходимость освоения теоретического и практического опыта политической рекламы в настоящее время обусловлена расширением данного рынка информационных и коммуникационных услуг, а также возросшей ролью политических процессов в функционировании общества.

Задачи изложения и изучения дисциплины:

- определение роли политической рекламы в современном политическом процессе;
- осознание стилей и методов воздействия политической рекламы на электоральное поведение;
- формирование представлений о разработке и внедрении политического рекламного продукта;
- ознакомление с правовыми и этическими аспектами деятельности в сфере политической рекламы.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Политическая реклама» относится к дисциплинам обязательной части учебного плана (Б1.О.33).

3. Общий объем дисциплины:

3 з.е. (108 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

Знает: основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

Умеет: соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.

Владеет: навыками создания коммуникационного продукта с учетом запросов общества и аудитории

5. Форма промежуточной аттестации: *дифференцированный зачет.*

Б1.В.01 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

Наименование кафедры Кафедра рекламы и медиакоммуникаций

1. Цель и задачи дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» является формирование у студентов знаний, навыков и умений организационно-управленческой работы в отделах рекламы и связей с общественностью.

Задачи:

- ознакомить студентов со структурой и основными направлениями деятельности отделов рекламы и связей с общественностью;
- раскрыть основные составляющие планирования, организации и проведения рекламных и PR-кампаний;
- научить студентов применять различные методы решения организационных, медийных и других проблем в ходе проведения рекламных и PR-кампаний;
- уметь использовать в практической работе полученные знания;
- совершенствовать современные теорико-методологические представления рекламных и PR-кампаний, их особенности, овладеть методами, современными технологиями их проведения.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, является дисциплиной обязательной к изучению (Б1.В.01).

3. Общий объем дисциплины:

3 з.е. (108 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

ПК-3 Способен организовывать работы по созданию, редактированию контента и управлению информацией из различных источников при разработке и реализации коммуникационного продукта.

Знает: содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента.

Умеет: составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации.

Владеет: навыками планирования работ по наполнению сайта, координации работы и мониторинга и оценки результатов выполнения работ.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.02 Реклама и связи с общественностью в экономической и финансовой сферах

Наименование кафедры: Кафедра рекламы и медиакоммуникаций

1. Цель и задачи дисциплины

Целью учебной дисциплины «Реклама и связи с общественностью в экономической и финансовой сферах» является формирование умений и навыков у обучающихся по организации рекламной деятельности и подбору инструментов ПР в экономической и финансовой сферах, а также формирование компетенций, необходимых для прогнозирования эффективности предлагаемых инструментов.

Задачи дисциплины:

- выявление особенностей использования рекламы в экономической и финансовой сферах;
- определение места связей с общественностью в экономической и финансовой сферах
- приобретение знаний и умений, позволяющих выбирать и применять носители рекламы и инструменты связей с общественностью с учетом финансовых возможностей организаций и их специализаций;
- приобретение умений организации интегрировать маркетинговые цели и задачи организации в программу участия в конкретной торгово-промышленной выставке.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Реклама и связи с общественностью в экономической и финансовой сферах» относится к дисциплинам обязательной части учебного плана.

3. Общий объем дисциплины:

4 з.е. (144 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

ПК-1 Способен разрабатывать программы участия в конкретной торгово-промышленной выставке на основе маркетингового анализа.

Знает: современные форматы торгово-промышленных выставок, а также мероприятий деловой и дополнительной программы выставок.

Умеет: интегрировать маркетинговые цели и задачи организации в программу участия в конкретной торгово-промышленной выставке.

Владеет: навыками выбора оптимальной формы участия в торгово-промышленных выставках в соответствии с поставленными целями и задачами участия и формирования программы участия.

5. Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.В.03 Проектирование выставочной экспозиции

Наименование кафедры: Кафедра рекламы и медиакоммуникаций

1. Цель и задачи дисциплины

Целью дисциплины является формирование всесторонних знаний об основах и генезисе выставочного дела, о специфике и особой логике организации выставочного пространства, о концептуальных подходах к презентации культурного продукта различных жанров и видов искусств.

Задачами дисциплины являются:

- изучение студентами основных этапов развития выставочной деятельности в России и за рубежом;
- освоение теоретических основ презентации различных видов искусств (живописи, ваяния, зодчества);
- освоение студентами выставочно-презентационной терминологии, а также основных методов организации выставок;
- введение студентов в круг проблем современной выставочной деятельности;
- ознакомление с историей освоения выставочного пространства;
- изучение основных стилей и направлений в организации выставок;
- обучение умению первичного анализа выставленных произведений искусства с учетом их исторических, культурологических, художественных и технических характеристик;
- формирование навыка создания каталогов, проспектов, брошюр и прочих печатных и электронных материалов, сопровождающих выставочную деятельность.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Проектирование выставочной экспозиции» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, является дисциплиной обязательной к изучению (Б1.В.03).

3. Общий объем дисциплины:

3 з.е. (108 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

ПК-2 Способен разрабатывать проект экспозиции и подготавливать информационные, рекламные, сувенирные материалы для посетителей выставочного стенда организации-экспонента и представителей средств массовой информации.

Знает: возможности торгово-промышленных выставок как инструмента интегрированных маркетинговых коммуникаций и виды современного выставочного оборудования.

Умеет: осуществлять выбор оптимальных инструментов выставочного маркетинга в соответствии с целями и задачами участия организации в торгово-промышленной выставке.

Владеет: навыками формирования маркетинговых материалов организации в целях участия в торгово-промышленной выставке.

5. Форма промежуточной аттестации: *зачет.*

Б1.В.04 Выставочное дело

Наименование кафедры: Кафедра рекламы и медиакоммуникаций

1. Цель и задачи дисциплины

Целью курса является знакомство студентов и овладение ими навыками планирования и организации выставочного дела.

Исходя из выше поставленной цели, можно сформулировать следующие основные задачи, решаемые в данной учебной дисциплине:

1) Ознакомить студентов с новейшими технологиями выставочного дела, с мировым и отечественным опытом.

2) Изучить опыт региональных центров ярмарочно-выставочного дела, провести информационно-справочную систематизацию материалов работы выставочных центров.

3) Овладеть навыками планирования выставочных экспозиций.

4) Изучить комплекс услуг по организации и проведению выставок, включая создание художественного проекта, монтажа выставки «под ключ» (модель выставки), рекламы и памятки по обслуживанию выставок.

5) Ознакомить студентов со спецификой работы стендиста, галериста, куратора, дизайнера-организатора выставок в арт-менеджменте.

6) Определить специфические правила в работе с клиентами, посетителями, выработать кодекс выставочного этикета.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Выставочное дело относится к дисциплинам части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.04).

3. Общий объем дисциплины:

3 з.е. (108 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

ПК-1 Способен разрабатывать программы участия в конкретной торгово-промышленной выставке на основе маркетингового анализа.

Знает: современные форматы торгово-промышленных выставок, а также мероприятий деловой и дополнительной программы выставок.

Умеет: интегрировать маркетинговые цели и задачи организации в программу участия в конкретной торгово-промышленной выставке.

Владеет: навыками выбора оптимальной формы участия в торгово-промышленных выставках в соответствии с поставленными целями и задачами участия и формирования программы участия.

ПК-2 Способен разрабатывать проект экспозиции и подготавливать информационные, рекламные, сувенирные материалы для посетителей выставочного стенда организации-экспонента и представителей средств массовой информации.

Знает: возможности торгово-промышленных выставок как инструмента

интегрированных маркетинговых коммуникаций и виды современного выставочного оборудования

Умеет: осуществлять выбор оптимальных инструментов выставочного маркетинга в соответствии с целями и задачами участия организации в торгово-промышленной выставке

Владеет: навыками формирования маркетинговых материалов организации в целях участия в торгово-промышленной выставке

5. Форма промежуточной аттестации: *зачёт.*

Б1.В.05. Управление проектами в сфере рекламы и связей с общественностью

Наименование кафедры: Кафедра рекламы и медиакоммуникаций

1. Цель и задачи дисциплины

Цель освоения учебной дисциплины «Управление проектами в сфере рекламы и связей с общественностью» - формирование у студентов системных базовых представлений, знаний, умений и навыков по управлению проектами в сфере рекламы и связей с общественностью, чтобы по окончании обучения они были в состоянии подготовить и выполнить на качественном уровне свой первый PR-проект или рекламный проект.

Задачи дисциплины:

- способствовать формированию у студентов широкого представления о том, какие бывают проекты, по каким признакам они различаются и как ими управляют;
- раскрыть теоретические основы и базовые концепции управления проектами;
- продемонстрировать на практических примерах решение ряда практических задач, встречающихся при управлении PR и рекламными проектами;
- содействовать самостоятельной работе студентов в области управления проектами, которая позволит им отработать практические навыки планирования и управления проектами.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Выставочное дело относится к дисциплинам части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.05).

3. Общий объем дисциплины:

5 з.е. (180 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

ПК-1 Способен разрабатывать программы участия в конкретной торгово-промышленной выставке на основе маркетингового анализа.

Знает: современные форматы торгово-промышленных выставок, а также мероприятий деловой и дополнительной программы выставок.

Умеет: интегрировать маркетинговые цели и задачи организации в программу участия в конкретной торгово-промышленной выставке.

Владеет: навыками выбора оптимальной формы участия в торгово-промышленных выставках в соответствии с поставленными целями и задачами участия и формирования программы участия.

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.

Знает: виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; основные методы оценки разных способов решения задач; действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность.

Умеет: проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, которые необходимо решить для ее достижения; анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов; использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности.

Владеет: методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта; навыками работы с нормативно-правовой документацией.

5. Форма промежуточной аттестации: *курсовая работа, экзамен.*

Б1.В.06 Современная пресс-служба

Наименование кафедры: Кафедра цивилизационной журналистики

1. Цель и задачи дисциплины

Цели дисциплины: дать общую характеристику современным российским пресс-службам, познакомить студентов с основными формами работы пресс-службы со СМИ. Задачи освоения дисциплины:

- ознакомление с историей становления и развития пресс-службы;
- изучение структуры и принципов организации пресс-служб, специфики работы пресс-служб в различных сферах общественной жизни;
- знакомство с основными принципами планирования и организации деятельности пресс-служб, формами работы пресс-службы со СМИ;
- анализ особенностей подготовки текстовых материалов для публикации в СМИ.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Современная пресс-служба» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, является дисциплиной обязательной к изучению (Б1.В.06).

3. Общий объем дисциплины:

3 з.е. (108 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

ПК-3 Способен организовывать работы по созданию, редактированию контента и управлению информацией из различных источников при разработке и реализации коммуникационного продукта.

Знает: содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента.

Умеет: составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации.

Владеет: навыками планирования работ по наполнению сайта, координации работы и мониторинга и оценки результатов выполнения работ.

5. Форма промежуточной аттестации: *дифференцированный зачет.*

Б1.В.07 Организация и проведение коммуникационной кампании

Наименование кафедры: Кафедра рекламы и медиакоммуникаций

1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения учебной Организация и проведение коммуникационной кампании являются формирование у студентов знаний, навыков и умений планировать, организовывать и проводить коммуникационные кампании и мероприятия.

Задачи:

- ознакомление студентов с технологиями продвижения предприятия;
- популяризация профессиональной деятельности;
- установление отношений с различными категориями общественности;
- создание и укрепление имиджа и репутации предприятия.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Организация и проведение коммуникационной кампании относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, является дисциплиной обязательной к изучению (Б1.В.07).

3. Общий объем дисциплины:

4 з.е. (144 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

ПК-3 Способен организовывать работы по созданию, редактированию контента и управлению информацией из различных источников при разработке и реализации коммуникационного продукта

Знает: содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента

Умеет: составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации

Владеет: навыками планирования работ по наполнению сайта, координации работы и мониторинга и оценки результатов выполнения работ.

ПК-4 Способен анализировать информационные потребности целевой аудитории Интернет-контента при разработке и реализации коммуникационного продукта

Знает: терминологию и ключевые параметры веб-статистики и основные принципы и методы сбора статистики посещаемости веб-сайтов, популярные сервисы для сбора веб-статистики

Умеет: анализировать структурированную и неструктурированную информацию, работать с большими объемами информации

Владеет: навыками анализа сайта, оценки его эффективности и выработки решений (рекомендаций) по наполнению сайта контентом

5. Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.В.08 Основы событийных коммуникаций

Наименование кафедры: Кафедра рекламы и медиакоммуникаций

1. Цель и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины «Основы событийных коммуникаций» является обеспечение базовой подготовки студентов в области управления event-коммуникациями в сфере рекламы и PR, чтобы по окончании обучения они были в состоянии самостоятельно осуществлять событийный менеджмент.

Задачи дисциплины:

- способствовать формированию у студентов широкого представления об ивент- менеджменте;
- раскрыть теоретические основы и базовые концепции управления событиями;
- продемонстрировать на практических примерах решение ряда практических задач, встречающихся при управлении событийными коммуникациями;
- содействовать самостоятельной работе студентов в сфере управления событиями, которая позволит им отработать практические навыки планирования и управления проектами.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Основы событийных коммуникаций относится к дисциплинам части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.08).

3. Общий объем дисциплины:

3 з.е. (108 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

ПК-1 Способен разрабатывать программы участия в конкретной торгово-промышленной выставке на основе маркетингового анализа.

Знает: современные форматы торгово-промышленных выставок, а также мероприятий деловой и дополнительной программы выставок.

Умеет: интегрировать маркетинговые цели и задачи организации в программу участия в конкретной торгово-промышленной выставке.

Владеет: навыками выбора оптимальной формы участия в торгово-промышленных выставках в соответствии с поставленными целями и задачами участия и формирования программы участия.

5. Форма промежуточной аттестации: *дифференцированный зачет.*

Б1.В.09 Интернет-маркетинг

Наименование кафедры: Кафедра рекламы и медиакоммуникаций

1. Цель и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины «Интернет-маркетинг» является ознакомление студентов с теоретическими основами и современными методами маркетинговой деятельности предприятий в условиях нестабильной рыночной конъюнктуры в сети Интернет.

В процессе преподавания дисциплины «Интернет-маркетинг» решаются задачи получения студентами следующих знаний:

- изучение сущности, основных принципов и функций Интернет-маркетинга;
- рассмотрение основных концепций применения маркетинга в сети Интернет;
- исследование маркетинговой среды и ее структуры;
- изучение комплекса Интернет-маркетинга;
- выявление особенностей управления маркетингом;
- освещение дискуссиями проблем современного Интернет-маркетинга и перспектив развития.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Интернет-маркетинг относится к дисциплинам части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, (Б1.В.09).

3. Общий объем дисциплины:

4 з.е. (144 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

ПК-3 Способен организовывать работы по созданию, редактированию контента и управлению информацией из различных источников при разработке и реализации коммуникационного продукта.

Знает: содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента

Умеет: составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации

Владеет: навыками планирования работ по наполнению сайта, координации работы и мониторинга и оценки результатов выполнения работ.

ПК-4 Способен анализировать информационные потребности целевой аудитории Интернет-контента при разработке и реализации коммуникационного продукта.

Знает: терминологию и ключевые параметры веб-статистики и основные принципы и методы сбора статистики посещаемости веб-сайтов, популярные сервисы для сбора веб-статистики, содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента.

Умеет: анализировать структурированную и неструктурированную информацию, работать с большими объемами информации, составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации.

Владеет: навыками анализа сайта, оценки его эффективности и выработки решений (рекомендаций) по наполнению сайта контентом, навыками планирования работ по наполнению сайта, координации работы и мониторинга и оценки результатов выполнения работ.

5. Форма промежуточной аттестации: *курсовая работа, экзамен.*

Б1.В.10 Контекстная реклама

Наименование кафедры: Кафедра рекламы и медиакоммуникаций

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины Контекстная реклама заключается в освоении студентами основ современных подходов к интернет-продвижению.

Задачи дисциплины:

- получение базовых знаний в области контекстной рекламы.
- формирование навыков владения инструментарием в поисковой и контекстно-медийной сети, рекламе на мобильных приложениях, видеорекламе и торговых кампаниях современных концепций маркетинга.
- формирование способности студентов применять маркетинговые инструменты на практике.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Контекстная реклама относится к дисциплинам части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, (Б1.В.10).

3. Общий объем дисциплины:

2 з.е. (72 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

ПК-4 Способен анализировать информационные потребности целевой аудитории Интернет-контента при разработке и реализации коммуникационного продукта.

Знает: терминологию и ключевые параметры веб-статистики и основные принципы и методы сбора статистики посещаемости веб-сайтов, популярные сервисы для сбора веб-статистики.

Умеет: анализировать структурированную и неструктурированную информацию, работать с большими объемами информации.

Владеет: навыками анализа сайта, оценки его эффективности и выработки решений (рекомендаций) по наполнению сайта контентом.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.11 Социальные сети как средства коммуникации

Наименование кафедры: Кафедра рекламы и медиакommunikаций

1. Цель и задачи дисциплины

Целью дисциплины является изучение, в первую очередь, практического опыта использования социальных сетей как средства коммуникации, в частности, в области продвижения, мониторинга, сбора и анализа информации, а также практического опыта использования маркетинговых подходов при работе с социальными сетями.

Задачами освоения дисциплины «Социальные сети как средство коммуникации» являются:

– формирование у студентов базовых теоретических и практических знаний, необходимых для осуществления мер, связанных с работой в социальных сетях;

– развитие интереса к области использования социальных медиа в деятельности, связанной с коммуникациями, и исследованию процессов в социальных медиа, а также стимулирование творческого подхода к работе в этой области;

– формирование знаний и умений пользования современным инструментария при работе с социальными сетями, в частности, используемого для размещения контента, анализа ключевых показателей эффективности и мониторинга.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Социальные сети как средство коммуникации относится к дисциплинам части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, (Б1.В.11).

3. Общий объем дисциплины:

3 з.е. (108 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

ПК-4 Способен анализировать информационные потребности целевой аудитории Интернет-контента при разработке и реализации коммуникационного продукта.

Знает: терминологию и ключевые параметры веб-статистики и основные принципы и методы сбора статистики посещаемости веб-сайтов, популярные сервисы для сбора веб-статистики.

Умеет: анализировать структурированную и неструктурированную информацию, работать с большими объемами информации.

Владеет: навыками анализа сайта, оценки его эффективности и выработки решений (рекомендаций) по наполнению сайта контентом.

5. Форма промежуточной аттестации: *дифференцированный зачет.*

Б1.В.12 Медиапланирование

Наименование кафедры: Кафедра рекламы и медиакоммуникаций

1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины Медиапланирование являются формирование у студентов знаний, навыков и умений эффективного медиапланирования коммуникационных кампаний и мероприятий как системы управления информацией в массмедиа.

Задачи:

- освоение ключевых понятий теории медиапланирования, основных параметров медиапланирования, этапов процесса планирования рекламных кампаний;
- формирование умений владения исследовательским инструментарием медиапланирования и технологиями выбора рекламных носителей;
- формирование навыков составления медиаплана конкретных рекламных и PR-кампаний.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Медиапланирование» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, является дисциплиной обязательной к изучению (Б1.В.12).

3. Общий объем дисциплины:

4 з.е. (144 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

ПК-4 Способен анализировать информационные потребности целевой аудитории Интернет-контента при разработке и реализации коммуникационного продукта.

Знает: терминологию и ключевые параметры веб-статистики и основные принципы и методы сбора статистики посещаемости веб-сайтов, популярные сервисы для сбора веб-статистики.

Умеет: анализировать структурированную и неструктурированную информацию, работать с большими объемами информации.

Владеет: навыками анализа сайта, оценки его эффективности и выработки решений (рекомендаций) по наполнению сайта контентом.

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.

Знает: виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; основные методы оценки разных способов решения задач; действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность.

Умеет: проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, которые необходимо решить для ее достижения; анализировать альтернативные

варианты для достижения намеченных результатов; использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности.

Владеет: методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта; навыками работы с нормативно-правовой документацией.

5. Форма промежуточной аттестации: *экзамен.*

Б1.В.13 Связи с общественностью и организационная культура

Наименование кафедры: Кафедра рекламы и медиакоммуникаций

1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения учебной «Связи с общественностью и организационная культура» являются дать знания и навыки научного изучения, диагностики, изменения и формирования организационной культуры.

Задачи изучения дисциплины:

- изучение организационной культуры ее содержания, принципов, функций, позволяет анализировать:
- роль организационной культуры как важнейшего условия эффективной деятельности любой организации;
- силу организационной культуры как степень её проявленности в организации, препятствия на этом пути и тенденции развития;
- возможные изменения организационной культуры под влиянием как внешней, так и внутренней среды организации;
- взаимодействие организационной культуры и культуры производства, особенности ее восприятия в процессе делового и межличностного общения, оценки персонала, адаптации и т. д.;
- эффективность системы управления персоналом в целом и отдельных ее элементов;
- степень влияния на организационную культуру национального менталитета и особенности его проявления в управлении персоналом на современном этапе развития российской экономики;
- взаимосвязь связей с общественностью и организационной культуры

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Связи с общественностью и организационная культура относится к дисциплинам части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.13).

3. Общий объем дисциплины:

4 з.е. (144 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

ПК-4 Способен анализировать информационные потребности целевой аудитории Интернет-контента при разработке и реализации коммуникационного продукта.

Знает: терминологию и ключевые параметры веб-статистики и основные принципы и методы сбора статистики посещаемости веб-сайтов, популярные сервисы для сбора веб-статистики.

Умеет: анализировать структурированную и неструктурированную информацию, работать с большими объемами информации.

Владеет: навыками анализа сайта, оценки его эффективности и выработки решений (рекомендаций) по наполнению сайта контентом.

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

Знает: принципы и механизмы социального взаимодействия; виды и функции межличностного общения; закономерности осуществления деловой коммуникации; принципы и механизмы функционирования команды как социальной группы

Умеет: выбрать стратегию социального взаимодействия; осуществлять интеграцию личных и социальных интересов; применять принципы и методы организации командной деятельности

Владеет: навыками работы в команде, создания команды для выполнения практических задач, участия в разработке стратегии командной работы; навыками эффективной коммуникации в процессе социального взаимодействия

5. Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.В.14 Анализ случая в рекламе и связях с общественностью

Наименование кафедры: Кафедра рекламы и медиакоммуникаций

1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины Анализ случая в рекламе и связях с общественностью является формирование у бакалавров представления о методе кейс-стадии апробирование навыков его применения в прикладных исследованиях.

Задачи изучения курса:

1. Формирование у студентов готовности использовать систематизированные теоретические и практические знания дизайна «кейс-стадии» для постановки и решения исследовательских задач в сфере образования.

2. Получение студентами опыта научной работы с использованием исследовательского дизайна кейс-стадии, включая подготовку и проведение исследований.

3. Выработка у студентов способности использовать кейс-стадии как современный метод и технологию обучения и диагностики.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Анализ случая в рекламе и связях с общественностью относится к дисциплинам части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.14).

3. Общий объем дисциплины:

3 з.е. (108 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

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

Знает: методы критического анализа и оценки современных научных достижений; основные принципы критического анализа

Умеет: получать новые знания на основе анализа, синтеза и других методов; собирать данные по сложным научным проблемам, относящимся к профессиональной области; осуществлять поиск информации и решений на основе экспериментальных действий

Владеет: навыками исследования проблем профессиональной деятельности с применением анализа, синтеза и других методов интеллектуальной деятельности; выявления научных проблем и использования адекватных методов для их решения; демонстрации оценочных суждений в решении проблемных профессиональных ситуаций

ПК-4 Способен анализировать информационные потребности целевой аудитории Интернет-контента при разработке и реализации коммуникационного продукта.

Знает: терминологию и ключевые параметры веб-статистики и основные принципы и методы сбора статистики посещаемости веб-сайтов, популярные сервисы для сбора веб-статистики.

Умеет: анализировать структурированную и неструктурированную информацию, работать с большими объемами информации.

Владеет: навыками анализа сайта, оценки его эффективности и выработки решений (рекомендаций) по наполнению сайта контентом.

5. Форма промежуточной аттестации: *зачет.*

Б1.В.15 Блоггинг

Наименование кафедры: Кафедра рекламы и медиакоммуникаций

1. Цель и задачи дисциплины

Цель учебной дисциплины – получение знаний и навыков работы с блогами, направленных на решения практических задач коммуникации в сети Интернет.

Задачи учебной дисциплины:

- Закрепить имеющиеся навыки коммуникации в интернет-пространстве.
- Рассмотреть возможности блоггинга для организационной и личной коммуникации в сети Интернет.
- Освоить возможности блоггинга для решения коммуникативных и маркетинговых задач.
- Освоить навыки создания и ведения блога в сети Интернет.
- Акцентировать профессиональные задачи и навыки студента как специалиста в области медиакоммуникации.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Блоггинг относится к дисциплинам части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, (Б1.В.15).

3. Общий объем дисциплины:

6 з.е. (216 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

ПК-4 Способен анализировать информационные потребности целевой аудитории Интернет-контента при разработке и реализации коммуникационного продукта.

Знает: терминологию и ключевые параметры веб-статистики и основные принципы и методы сбора статистики посещаемости веб-сайтов, популярные сервисы для сбора веб-статистики.

Умеет: анализировать структурированную и неструктурированную информацию, работать с большими объемами информации.

Владеет: навыками анализа сайта, оценки его эффективности и выработки решений (рекомендаций) по наполнению сайта контентом.

ПК-3. Способен организовывать работы по созданию, редактированию контента и управлению информацией из различных источников при разработке и реализации коммуникационного продукта

Знает: содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента

Умеет: составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации

Владет: навыками планирования работ по наполнению сайта, координации работы и мониторинга и оценки результатов выполнения работ.

5. Форма промежуточной аттестации: *экзамен.*

Б1.В.16 Лидерство и командообразование

Наименование кафедры: Кафедра государственного и муниципального управления и экономики

1. Цель и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины «Лидерство и командообразование» является формирование системных представлений о процессе лидерства и управления проектной командой как целостной системы и HR-технологий, знаний теоретических, практических и психологических основ лидерства и управления проектной командой в организации, умений координировать взаимодействия между людьми, навыков организации взаимодействия в рамках проектной команды

Задачи в рамках изучаемой дисциплины заключаются в изучении:

- назначения и сущности проектной команды;
- формирования системы управления проектной командой;
- рассмотрение организационных аспектов и принципов формирования проектной команды;
- освоения методов формирования и управления деятельностью проектной команды;
- теоретических основ управления деятельностью проектной команды;
- теоретических основ управления мотивацией в проектной команде;
- овладение социально-психологическими аспектами управления проектной командой.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина «Лидерство и командообразование» является дисциплиной, относящейся к блоку дисциплин, формируемых участниками образовательных отношений программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. Общий объем дисциплины:

2 з.е. (72 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

ПК-4 Способен анализировать информационные потребности целевой аудитории Интернет-контента при разработке и реализации коммуникационного продукта.

Знает: терминологию и ключевые параметры веб-статистики и основные принципы и методы сбора статистики посещаемости веб-сайтов, популярные сервисы для сбора веб-статистики.

Умеет: анализировать структурированную и неструктурированную информацию, работать с большими объемами информации.

Владеет: навыками анализа сайта, оценки его эффективности и выработки решений (рекомендаций) по наполнению сайта контентом.

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

Знает: принципы и механизмы социального взаимодействия; виды и функции межличностного общения; закономерности осуществления деловой коммуникации; принципы и механизмы функционирования команды как социальной группы

Умеет: выбирать стратегию социального взаимодействия; осуществлять интеграцию личных и социальных интересов; применять принципы и методы организации командной деятельности

Владеет: навыками работы в команде, создания команды для выполнения практических задач, участия в разработке стратегии командной работы; навыками эффективной коммуникации в процессе социального взаимодействия

5. Форма промежуточной аттестации: *зачет.*

Б1.В.17 Управление карьерой и тайм-менеджмент

Наименование кафедры: Кафедра менеджмента

1. Цель и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины «Управление карьерой и тайм-менеджмент» является изучение эффективных способов воздействия на управление профессиональной карьерой и кадровый рост с учетом влияния факторов тайм-менеджмента, использования методов социально-экономического анализа и оценки сложившейся производственной ситуации

Задачи дисциплины:

– сформировать базу для профессионального мышления будущего специалиста в области управления профессиональной карьерой в практической деятельности;

– сформировать у студентов системное представление по широкому кругу вопросов, относящихся к формированию профессионального уровня и развитию карьеры;

– умение выделить проблемы во взаимодействии и реализации взаимосвязей в сфере кадрового управления;

– предложить пути решения проблем и минимизации потенциальных рисков, в сфере кадровых взаимоотношений и создании благоприятных условий для роста кадрового потенциала в организации.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина «Управление карьерой и тайм-менеджмент» является дисциплиной, относящейся к блоку базовых дисциплин программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. Общий объем дисциплины:

6 з.е. (216 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

ПК-3 Способен организовывать работы по созданию, редактированию контента и управлению информацией из различных источников при разработке и реализации коммуникационного продукта.

Знает: содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента.

Умеет: составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации.

Владеет: навыками планирования работ по наполнению сайта, координации работы и мониторинга и оценки результатов выполнения работ.

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

Знает: основные принципы самовоспитания и самообразования, саморазвития и самореализации, использования творческого потенциала собственной деятельности

Умеет: демонстрировать умение самоконтроля и рефлексии, позволяющие самостоятельно корректировать обучение по выбранной траектории

Владеет: навыками рационального распределения временных ресурсов, построения индивидуальной траектории саморазвития и самообразования в течение всей жизни

5. Форма промежуточной аттестации: *экзамен.*

Б1.В.18 Антикризисные коммуникации

Наименование кафедры: Кафедра рекламы и медиакоммуникаций

1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения дисциплины “Антикризисные коммуникации” являются формирование у студентов целостного представления о современных технологиях, применяемых в российской и международной практике Public Relations в кризисных ситуациях, изучение тенденций развития рынка и технологий кризисного PR (антикризисных коммуникаций), освоение эффективного PR-инструментария для продвижения интересов политических, корпоративных и потребительских брендов в условиях коммуникационного кризиса.

Программа курса построена на изучении основ теории коммуникации и классических технологий кризисного PR с акцентом на знакомство с конкретными примерами-кейсами из современной российской и зарубежной практики. Важными компонентами программы являются изучение эволюционирования технологий управления коммуникациями в связи с появлением и развитием принципиально новой коммуникационной среды – блогосферы, социальных сетей, digital-коммуникаций, - а также отношений аудитории и бренда (организации, корпорации, продукта, персоны) с учетом современных достижений и изысканий в области PR.

Задачи курса

Основные задачи курса определяются современным пониманием идеологии, философии и принципов работы PR-специалистов в условиях кризиса, оценкой роли коммуникационных технологий в управлении современным обществом и нейтрализации коммуникационных кризисов, а также пониманием возможности применения этих знаний в практической деятельности.

Освоение курса позволит студентам прогнозировать, оценивать кризисные явления, а также планировать антикризисные мероприятия, в первую очередь в прикладном контексте — с целью получения практических навыков в будущей профессиональной деятельности.

Важной задачей обучения является развитие навыков стратегического и творческого мышления, умения прогнозировать развитие социальных и коммуникативных процессов, решения конкретных задач с помощью современных технологий антикризисного PR.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Антикризисные коммуникации относится к дисциплинам базовой части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.18).

3. Общий объем дисциплины:

2 з.е. (72 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих

компетенций:

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.

Знает: виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; основные методы оценки разных способов решения задач; действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность.

Умеет: проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, которые необходимо решить для ее достижения; анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов; использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности.

Владеет: методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта; навыками работы с нормативно-правовой документацией.

ПК-3 Способен организовывать работы по созданию, редактированию контента и управлению информацией из различных источников при разработке и реализации коммуникационного продукта.

Знает: содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента.

Умеет: составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации.

Владеет: навыками планирования работ по наполнению сайта, координации работы и мониторинга и оценки результатов выполнения работ.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.19 Нейминг

Наименование кафедры: Кафедра рекламы и медиакоммуникаций

1. Цель и задачи дисциплины

Цель изучения учебной дисциплины – освоить понятия нейминга и эффективного нейминга; овладеть принципами построения эффективного названия.

Основными задачами учебной дисциплины являются: познакомить студентов с основными понятиями теории нейминга; познакомить с основными составляющими эффективности коммерческого названия; дать информацию о месте нейминга в системе родственных понятий – коммерческая номинация, товарный знак, бренд, номен и др.; дать сведения об основных методах определения эффективности коммерческого названия; дать информацию о месте и роли эффективного нейминга в медиакоммуникации.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Нейминг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, является дисциплиной обязательной к изучению (Б1.В.19).

3. Общий объем дисциплины:

4 з.е. (144 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

ПК-4 Способен анализировать информационные потребности целевой аудитории Интернет-контента при разработке и реализации коммуникационного продукта.

Знает: терминологию и ключевые параметры веб-статистики и основные принципы и методы сбора статистики посещаемости веб-сайтов, популярные сервисы для сбора веб-статистики.

Умеет: анализировать структурированную и неструктурированную информацию, работать с большими объемами информации.

Владеет: навыками анализа сайта, оценки его эффективности и выработки решений (рекомендаций) по наполнению сайта контентом.

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.

Знает: виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; основные методы оценки разных способов решения задач; действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность.

Умеет: проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, которые необходимо решить для ее достижения; анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов; использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности.

Владеет: методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта; навыками работы с нормативно-правовой документацией.

5. Форма промежуточной аттестации: *экзамен.*

Б1.В.20 Спичрайтинг

Наименование кафедры: Кафедра рекламы и медиакоммуникаций

1. Цель и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины – освоение основ деятельности спичрайтера и PR- технологий подготовки и написания текстов для устного публичного выступления.

Задачи освоения дисциплины:

- изучение спичрайтинга как технологии и как профессии;
- анализ видов публичной речи и жанров спичрайтерского текста;
- освоение этапов подготовки к публичному выступлению;
- формирование навыков организации устного публичного выступления и подготовки к выступлению оратора.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Спичрайтинг относится к дисциплинам базовой части учебного плана, (Б1.В.20).

3. Общий объем дисциплины:

2 з.е. (72 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

ПК-4 Способен анализировать информационные потребности целевой аудитории Интернет-контента при разработке и реализации коммуникационного продукта.

Знает: терминологию и ключевые параметры веб-статистики и основные принципы и методы сбора статистики посещаемости веб-сайтов, популярные сервисы для сбора веб-статистики.

Умеет: анализировать структурированную и неструктурированную информацию, работать с большими объемами информации.

Владеет: навыками анализа сайта, оценки его эффективности и выработки решений (рекомендаций) по наполнению сайта контентом.

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.

Знает: виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; основные методы оценки разных способов решения задач; действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность.

Умеет: проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, которые необходимо решить для ее достижения; анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов; использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности.

Владеет: методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта; навыками работы с нормативно-правовой документацией.

5. Форма промежуточной аттестации: *зачет.*

Б1.В.ДВ.01.01 ОФП

Наименование кафедры: Кафедра психологии

1. Цель и задачи дисциплины

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

Задачи дисциплины:

- понимание социальной роли физической культуры в развитии личности и подготовке ее к профессиональной деятельности;
- знание научно-биологических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;
- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое самосовершенствование и самовоспитание, потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями и спортом;
- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре;
- обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности, определяющей психофизическую готовность студента к будущей профессии;
- приобретение опыта творческого использования физкультурно-спортивной деятельности для достижения жизненных и профессиональных целей.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту (ОФП)» относится к Блоку 1 части, формируемой участниками образовательных отношений, и является элективной, а также адаптационной дисциплиной, учитывающей особенности нозологий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

3. Общий объем дисциплины:

328 час.

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

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

Знает: закономерности функционирования здорового организма; принципы распределения физических нагрузок; нормативы физической готовности по общей физической группе и с учетом индивидуальных условий физического развития человеческого организма; способы пропаганды здорового образа жизни.

Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности; грамотно распределять нагрузки; выработать индивидуальную программу физической подготовки, учитывающую индивидуальные особенности развития организма.

Владеет: методами поддержки должного уровня физической подготовленности; навыками обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности; базовыми приемами пропаганды здорового образа жизни.

Б1.В.ДВ.01.01 Самбо

Наименование кафедры: Кафедра психологии

1. Цель и задачи дисциплины

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

Задачи дисциплины:

- понимание социальной роли физической культуры в развитии личности и подготовке ее к профессиональной деятельности;
- знание научно-биологических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;
- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое самосовершенствование и самовоспитание, потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями и спортом;
- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре;
- обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности, определяющей психофизическую готовность студента к будущей профессии;
- приобретение опыта творческого использования физкультурно-спортивной деятельности для достижения жизненных и профессиональных целей.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту (Самбо)» относится к Блоку 1 части, формируемой участниками образовательных отношений, и является элективной, а также адаптационной дисциплиной, учитывающей особенности нозологий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

3. Общий объем дисциплины:

328 час

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

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

Знает: закономерности функционирования здорового организма; принципы распределения физических нагрузок; нормативы физической готовности по общей физической группе и с учетом индивидуальных условий физического развития человеческого организма; способы пропаганды здорового образа жизни.

Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности; грамотно распределять нагрузки; выработать индивидуальную программу физической подготовки, учитывающую индивидуальные особенности развития организма.

Владеет: методами поддержки должного уровня физической подготовленности; навыками обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности; базовыми приемами пропаганды здорового образа жизни.

Б1.В.ДВ.01.01 Спортивные танцы

Наименование кафедры: Кафедра психологии

1. Цель и задачи дисциплины

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

Задачи дисциплины:

- понимание социальной роли физической культуры в развитии личности и подготовке ее к профессиональной деятельности;
- знание научно-биологических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;
- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое самосовершенствование и самовоспитание, потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями и спортом;
- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре;
- обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности, определяющей психофизическую готовность студента к будущей профессии;
- приобретение опыта творческого использования физкультурно-спортивной деятельности для достижения жизненных и профессиональных целей.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту (Спортивные танцы)» относится к Блоку 1 части, формируемой участниками образовательных отношений, и является элективной, а также адаптационной дисциплиной, учитывающей особенности нозологий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

3. Общий объем дисциплины:

328 час.

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

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

Знает: закономерности функционирования здорового организма; принципы распределения физических нагрузок; нормативы физической готовности по общей физической группе и с учетом индивидуальных условий физического развития человеческого организма; способы пропаганды здорового образа жизни.

Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности; грамотно распределять нагрузки; выработать индивидуальную программу физической подготовки, учитывающую индивидуальные особенности развития организма.

Владеет: методами поддержки должного уровня физической подготовленности; навыками обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности; базовыми приемами пропаганды здорового образа жизни.

Б1.В.ДВ.02.01 Конгрессно-выставочная деятельность

Наименование кафедры: Кафедра рекламы и медиакоммуникаций

1. Цель и задачи дисциплины

Основная цель дисциплины - ознакомить обучающихся с задачами и технологией организации конгрессно-выставочной деятельности. Данная дисциплина призвана сформировать целостное представление о сущности, специфике, технологии организации и рекламно-информационного сопровождения конгрессно-выставочной деятельности, направлениях и тенденциях развития этой важнейшей отрасли национальной экономики.

Для этого в рамках дисциплины решаются следующие задачи:

– анализ истории конгрессно-выставочной деятельности в России и мире;

– рассмотрение классификации конгрессно-выставочных мероприятий;

– определение роли конгрессно-выставочных мероприятий в обеспечении конкурентоспособности места их проведения (страна, регион, город, средство размещения), а также участников и посетителей данного мероприятия;

– анализ этапов разработки общей концепции конгрессно-выставочного мероприятия, ее структуры и содержания;

– определение специфики работы с участниками, посетителями, представителями СМИ на этапах подготовки и проведения конгрессно-выставочного мероприятия;

– анализ возникающих технических и организационных проблем и путей их решения;

– изучение методов анализа результатов организации и проведения конгрессно-выставочного мероприятия с целью определения его эффективности.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Конгрессно-выставочная деятельность относится к дисциплинам части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.ДВ.02.01).

3. Общий объем дисциплины:

2 з.е. (72 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

ПК-1 Способен разрабатывать программы участия в конкретной торгово-промышленной выставке на основе маркетингового анализа.

Знает: современные форматы торгово-промышленных выставок, а также мероприятий деловой и дополнительной программы выставок.

Умеет: интегрировать маркетинговые цели и задачи организации в программу участия в конкретной торгово-промышленной выставке.

Владеет: навыками выбора оптимальной формы участия в торгово-промышленных выставках в соответствии с поставленными целями и задачами участия и формирования программы участия.

ПК-2 Способен разрабатывать проект экспозиции и подготавливать информационные, рекламные, сувенирные материалы для посетителей выставочного стенда организации-экспонента и представителей средств массовой информации

Знает: возможности торгово-промышленных выставок как инструмента интегрированных маркетинговых коммуникаций и виды современного выставочного оборудования

Умеет: осуществлять выбор оптимальных инструментов выставочного маркетинга в соответствии с целями и задачами участия организации в торгово-промышленной выставке

Владеет: навыками формирования маркетинговых материалов организации в целях участия в торгово-промышленной выставке

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.ДВ.02.02 Организация и технологии рекламно-выставочного бизнеса

Наименование кафедры: Кафедра рекламы и медиакоммуникаций

1. Цель и задачи дисциплины

Цель курса – подготовить будущего специалиста к эффективному управлению рекламно-выставочным предприятием в условиях роста конкуренции и усложнения рекламного рынка.

Задачи курса:

– Изучить структуру современного рекламно-выставочного рынка, выявить основных участников российского рекламно-выставочного рынка, оценить перспективы развития рекламного бизнеса.

– Определить понятие «рекламной услуги», отличие процесса оказания услуг от производства и реализации товаров, классифицировать рекламные услуги.

– Рассмотреть основные бизнес-процессы рекламно-выставочного предприятия и способы их оптимизации.

– Уделить особое внимание приобретению студентом навыков решения проблем маркетинга рекламно-выставочного предприятия в условиях постиндустриальной экономики (формирование лояльности клиентов, обеспечение постоянства качества, ориентация на долгосрочное стратегическое партнерство) и использования возможностей реализации концепции маркетинга отношений на предприятиях рекламно-выставочной отрасли.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Организация и технологии рекламно-выставочного бизнеса относится к дисциплинам части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.ДВ.02.02).

3. Общий объем дисциплины:

2 з.е. (72 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

ПК-1 Способен разрабатывать программы участия в конкретной торгово-промышленной выставке на основе маркетингового анализа.

Знает: современные форматы торгово-промышленных выставок, а также мероприятий деловой и дополнительной программы выставок.

Умеет: интегрировать маркетинговые цели и задачи организации в программу участия в конкретной торгово-промышленной выставке.

Владеет: навыками выбора оптимальной формы участия в торгово-промышленных выставках в соответствии с поставленными целями и задачами участия и формирования программы участия.

ПК-2 Способен разрабатывать проект экспозиции и подготавливать информационные, рекламные, сувенирные материалы для посетителей

выставочного стенда организации-экспонента и представителей средств массовой информации

Знает: возможности торгово-промышленных выставок как инструмента интегрированных маркетинговых коммуникаций и виды современного выставочного оборудования

Умеет: осуществлять выбор оптимальных инструментов выставочного маркетинга в соответствии с целями и задачами участия организации в торгово-промышленной выставке

Владет: навыками формирования маркетинговых материалов организации в целях участия в торгово-промышленной выставке

5. Форма промежуточной аттестации: *зачет.*

Б1.В.ДВ.03.01 Медийный ландшафт и медиапотребление

Наименование кафедры: Кафедра рекламы и медиакоммуникаций

1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения дисциплины «Медийный ландшафт и медиапотребление» является подготовка специалистов, способных к эффективному и конкурентоспособному взаимодействию с национальными и международными медийными структурами, осознавая текущие тенденции развития рынка коммуникаций и актуальные методы исследования целевых аудиторий, с четким и ответственным пониманием принципов существования и трансформации аудиовизуального контента на пользовательских платформах, в социальных сетях, в кино-и сериальном производстве, а также на телевидении, при этом, планируя работать в коммуникационных отделах компаний либо коммуникационных агентствах или, возможно, качественных средствах массовой информации.

Задачи:

– Первичная подготовка специалистов, способных к эффективному и конкурентоспособному взаимодействию с национальными и международными медийными структурами.

– Дать студентам ясное осознание текущих тенденций развития рынка коммуникаций и актуальных методов исследования целевых аудиторий.

– Сформировать у студентов четкое и ответственное понимание принципов существования и трансформации аудиовизуального контента на пользовательских платформах, в социальных сетях, в кино-и сериальном производстве, а также на телевидении.

– Сформировать у студентов понимание важности планирования взаимодействия с медийными структурами коммуникационных отделов компаний либо коммуникационных агентств.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Медийный ландшафт и медиапотребление относится к дисциплинам части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.ДВ.03.01).

3. Общий объем дисциплины:

3 з.е. (108 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

ПК-4 Способен анализировать информационные потребности целевой аудитории Интернет-контента при разработке и реализации коммуникационного продукта.

Знает: терминологию и ключевые параметры веб-статистики и основные принципы и методы сбора статистики посещаемости веб-сайтов, популярные сервисы для сбора веб-статистики.

Умеет: анализировать структурированную и неструктурированную информацию, работать с большими объемами информации.

Владеет: навыками анализа сайта, оценки его эффективности и выработки решений (рекомендаций) по наполнению сайта контентом.

ПК-3 Способен организовывать работы по созданию, редактированию контента и управлению информацией из различных источников при разработке и реализации коммуникационного продукта.

Знает: содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента.

Умеет: составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации.

Владеет: навыками планирования работ по наполнению сайта, координации работы и мониторинга и оценки результатов выполнения работ.

5. Форма промежуточной аттестации: *дифференцированный зачет.*

Б1.В.ДВ.03.02 Реклама и связи с общественностью в новых медиа

Наименование кафедры: Кафедра рекламы и медиакommunikаций

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины: профессиональная подготовка студентов для выполнения рекламной, маркетинговой и PR деятельности в новых медиа

Задачи:

- создание стратегии рекламных, маркетинговых и PR кампаний в новых медиа на основе полученных знаний;
- формирование практических навыков создания рекламных кампаний в новых медиа;
- подготовка рекламных материалов в новых медиа для этих кампаний.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Реклама и связи с общественностью в новых медиа относится к дисциплинам части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.ДВ.03.02).

3. Общий объем дисциплины:

3 з.е. (108 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

ПК-3 Способен организовывать работы по созданию, редактированию контента и управлению информацией из различных источников при разработке и реализации коммуникационного продукта.

Знает: содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента.

Умеет: составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации.

Владеет: навыками планирования работ по наполнению сайта, координации работы и мониторинга и оценки результатов выполнения работ.

ПК-4 Способен анализировать информационные потребности целевой аудитории Интернет-контента при разработке и реализации коммуникационного продукта.

Знает: терминологию и ключевые параметры веб-статистики и основные принципы и методы сбора статистики посещаемости веб-сайтов, популярные сервисы для сбора веб-статистики.

Умеет: анализировать структурированную и неструктурированную информацию, работать с большими объемами информации.

Владеет: навыками анализа сайта, оценки его эффективности и выработки решений (рекомендаций) по наполнению сайта контентом.

5. Форма промежуточной аттестации: *дифференцированный зачет.*

ФТД.В.01 Информационная безопасность в профессиональной деятельности

Наименование кафедры: Кафедра бизнес-информатики

1. Цель и задачи дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины Информационная безопасность в профессиональной деятельности являются ознакомление обучаемых с современными тенденциями стремительного развития информационных технологий, проблемами информационной безопасности в условиях расширяющегося информационного поля во всем мире и основными направлениями их решения.

Задачи, решение которых обеспечивает достижение цели:

- выработать у студентов понимание важности информационной безопасности и ее влияния на быстро изменяющийся вокруг нас мир;
- установление ключевых моментов информационной безопасности и того, как они работают, в том числе, как основное направление - определение угроз по отношению к информационным системам и понимание механизмов противодействия им;
- показать работу современных криптографических алгоритмов, принципы, отличия, их плюсы и минусы;
- научить защите информации, как на локальном компьютере, так и в сети;
- показать способы обеспечения информационной безопасности информационных систем при взаимодействии с информационными рынками по сетям или с использованием иных методов обмена данными.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Информационная безопасность в профессиональной деятельности» относится к Блоку факультативных дисциплин и является дисциплиной по выбору (ФТД.В.01).

3. Общий объем дисциплины:

2 з.е. (72 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

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.

Знает: виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; основные методы оценки разных способов решения задач; действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность.

Умеет: проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, которые необходимо решить для ее достижения; анализировать альтернативные

варианты для достижения намеченных результатов; использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности.

Владеет: методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта; навыками работы с нормативно-правовой документацией.

5. Форма промежуточной аттестации: *зачет.*

ФТД.В.02 Риторика

Наименование кафедры: Кафедра цивилизационной журналистики

1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения дисциплины являются:

– формирование представления об общих характеристиках и особенностях деловых отношений в системе журналистской деятельности, которые включают принципы и методы делового общения, жанровые особенности деловых взаимодействий, приемы и способы саморегулирования деловых отношений в процессе деловых контактов журналиста;

– овладение будущими журналистами основными формами и знание специфики основных жанров делового общения.

Задачи дисциплины:

– оказание помощи студентам в составлении влиятельной речи;

– формирование знания о нормах и принципах правильного мышления;

– развитие навыков критического мышления.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Риторика» относится к Блоку факультативных дисциплин и является дисциплиной по выбору (ФТД.В.02).

3. Общий объем дисциплины:

2 з.е. (72 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

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

Знает: основные современные коммуникативные средства, в том числе на иностранном(-ых) языке(-ах), используемые в академическом и профессиональном взаимодействии.

Умеет: создавать на русском и иностранном языке письменные тексты научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; производить редакторскую и корректорскую правку текстов научного и официально-делового стилей речи на русском и иностранном языке.

Владеет: системой норм русского литературного и иностранного (-ых) языка(-ов); навыками использования языковых средств для достижения профессиональных целей, ведения деловой переписки.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.