

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

Негосударственная автономная некоммерческая организация
высшего образования «Институт мировых цивилизаций»
(НАО ВО «ИМЦ») с 01.07.2022 переименована в
Автономную некоммерческую организацию высшего образования
«Университет мировых цивилизаций имени В.В. Жириновского»
(АНО ВО «УМЦ»)

Выпускающая кафедра: Рекламы и медеакоммуникаций

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 научного мировоззрения, системы взглядов на мир и место человека в нем, стимулирование потребности к научному познанию через изучение предмета, базовых категорий философского знания, основных периодов развития философии и философских направлений современности, усвоение их исторических и теоретических оснований, владение философской терминологией, развитие навыков объяснения явлений окружающего мира.

Задача курса – в процессе обучения 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 относится к дисциплинам обязательной части учебного плана(Б1.О.01), изучается студентами очной формы в 1 семестре.

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

Целями освоения учебной дисциплины История России являются:

- сформировать у студентов комплексное представление о культурно-историческом своеобразии России, 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 и мировому культурному и научному наследию, его сохранению и преумножению.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина относится к дисциплинам обязательной части учебного плана (Б1.О.02.01), изучается студентами очной формы в 1 семестре.

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.02.02 Всеобщая история

Наименование кафедры: Кафедра мировых цивилизаций и мировой политики

1. Цель и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины «Всеобщая история» является сформировать у студентов развитое историческое сознание, навыки и умения использования инструментария исторической науки в профессиональной деятельности и общественной жизни, а также дать студентам представления об основных этапах и содержании всеобщей истории с древнейших времен и до наших дней, показать на примерах из различных эпох взаимосвязь российской и мировой истории, сформировать осознанный интерес к мировой истории и истории.

Задачи дисциплины:

- сформировать 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 Всеобщая история относится к дисциплинам обязательной части учебного плана (Б1.О.02.02), изучается студентами очной формы во 2 семестре.

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.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Иностранный язык (английский) относится к дисциплинам обязательной части учебного плана (Б1.О.03), изучается студентами очной формы в 2,3,4 семестрах.

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.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» относится к дисциплинам обязательной части учебного плана (Б1.О.04), изучается студентами очной формы в 1 семестре.

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 безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций.

Знает: научно обоснованные способы поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций; виды опасных ситуаций; способы преодоления опасных ситуаций; приемы первой медицинской помощи; основы медицинских знаний.

Умеет: создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности; различать факторы, влекущие возникновение опасных ситуаций; предотвращать возникновение опасных ситуаций, в том числе на основе приемов по оказанию первой медицинской помощи и базовых медицинских знаний.

Владеет: навыками по предотвращению возникновения опасных ситуаций; приемами первой медицинской помощи; базовыми медицинскими знаниями; способами поддержания гражданской обороны и условий по минимизации последствий от чрезвычайных ситуаций.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.О.05 Физическая культура и спорт

Наименование кафедры: Кафедра психологии

1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины «Физическая культура» являются 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:

1. Обеспечение понимания роли физической культуры в развитии личности и подготовке ее к профессиональной деятельности;
2. Освоение научно-биологических и практических основ физической культуры;
3. Освоение основных принципов здорового образа жизни;
4. Установки на физическое самосовершенствование и самовоспитание;
5. Формирование мотивационно - ценностного отношения студентов к физической культуре;
6. Приобретение потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями;
7. Овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, развития психофизических способностей;
8. Обеспечение профессионально-прикладной физической подготовленности, определяющей психофизическую готовность студентов к будущей профессии;
9. 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» относится к дисциплинам обязательной части учебного плана (Б1.О.05), изучается студентами очной формы в 7 семестре.

3. Общий объем дисциплины:

2 з.е. (72 час.)

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

УК-7 Владеет: методами поддержки должного уровня физической подготовленности; навыками обеспечения полноценной социальной и

профессиональной деятельности; базовыми приемами пропаганды здорового образа жизни.

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 дисциплинам обязательной части учебного плана (Б1.О.06), изучается студентами очной формы в 1 семестре.

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 (модуля) Право являются формирование у студентов систематизированных знаний о современной системе правовых отношений в обществе, умений проектировать профессиональную деятельность на их основе.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Право относится к дисциплинам обязательной части учебного плана (Б1.О.07), изучается студентами очной формы в 2 семестре

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.

Владет: 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: *дифференцированный зачет.*

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

Наименование кафедры: Цивилизационной журналистики

1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины Межкультурные коммуникации (в т.ч. Русский язык и культура речи) являются:

1.1. 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.

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

1.3. 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.

В рамках учебной дисциплины «Межкультурные коммуникации (в т.ч. Русский язык и культура речи)» по направлению подготовки 42.03.01 реклама и связи с общественностью выпускник должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности и профилем подготовки:

Организационно-управленческая деятельность:

Участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;

Участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе;

Рекламно-информационная деятельность:

Разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.

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) и изучается студентами очной формы в 1 и 2 семестрах.

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.

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: *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 дисциплинам обязательной части учебного плана (Б1.О.09), изучается студентами очной формы во 2 семестре.

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.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Информационные технологии» относится к дисциплинам обязательной части учебного плана (Б1.О.10). изучается студентами очной формы в 1 и 2 семестрах.

3. Общий объем дисциплины:

8 з.е. (288 час.)

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

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.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Теория вероятности и математическая статистика относится к дисциплинам обязательной части учебного плана (Б1.О.11), изучается студентами очной формы в 3 семестре.

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.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Основы теории коммуникации относится к дисциплинам обязательной части учебного плана (Б1.О.12), изучается студентами очной формы в 1 семестре.

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.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Социологии массовых коммуникаций относится к дисциплинам обязательной части учебного плана (Б1.О.13), изучается студентами очной формы в 3 семестре.

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 дисциплинам обязательной части учебного плана (Б1.О.14), изучается студентами очной формы в 4 семестре.

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 медиакоммуникаций

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), изучается студентами очной формы в 1 и 2 семестрах.

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 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: *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.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Основы интегрированных коммуникаций относится к дисциплинам обязательной части учебного плана (Б1.О.16), изучается студентами очной формы в 3 семестре.

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 экономики и менеджмента

1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения дисциплины «Основы менеджмента» являются формирование у студентов целостного представления о наборе инструментов и методов управления, освоение практических навыков принятия управленческих решений и анализа конкретных ситуаций, а также понимание и оценка состояния и динамики развития отрасли, в которой действует фирма, принимая во внимание ожидания ключевых лиц и групп и своевременная реакция на их запросы.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Основы менеджмента относится к дисциплинам обязательной части учебного плана (Б1.О.17), изучается студентами очной формы в 1 семестре.

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.

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 Маркетинг относится к дисциплинам обязательной части учебного плана (Б1.О.18), изучается студентами очной формы в 3 семестре.

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.О.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 относится к дисциплинам обязательной части учебного плана (Б1.О.19), изучается студентами очной формы в 6 семестре.

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 рилейшнз 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 дисциплинам обязательной части учебного плана (Б1.О.20), изучается студентами очной формы в 3 и 4 семестрах.

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 цивилизационной журналистики

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 (Б1.О.21), изучается студентами очной формы в 5 семестре.

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.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Основы правового регулирования рекламно-информационной деятельности» относится к дисциплинам обязательной части учебного плана (Б1.О.22), изучается студентами очной формы в 3 семестре.

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.23 Реклама на местах продаж

Наименование кафедры: Кафедра рекламы и медиакоммуникаций

1. Цель и задачи дисциплины

Цели освоения дисциплины: формирование у студента представления о теоретических и практических основах рекламной деятельности в торговых предприятиях (на местах продаж) в реалиях современного рынка. Задачи: изучение форм, методов, средств рекламы в местах продаж современных мировых и отечественных производителей товаров; использование полученных знаний для оценки результативности коммуникационных кампаний в местах продаж, выявления резервов повышения эффективности маркетинговой, коммуникационной и рекламной деятельности на местах продаж.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Реклама на местах продаж» относится к дисциплинам обязательной части учебного плана (Б1.О.23) изучается студентами очной формы в 3 семестре.

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 дисциплинам обязательной части учебного плана (Б1.О.24), изучается студентами очной формы во 2 семестре.

3. Общий объем дисциплины:

2 з.е. (72 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 рекламы и медиакоммуникаций

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), изучается студентами очной формы в 7 семестре.

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.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.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Коммуникационный менеджмент относится к дисциплинам обязательной части учебного плана (Б1.О.26), изучается студентами очной формы в 5 семестре.

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; выявлению взаимосвязи между коммуникативной политикой организации и общественным мнением.

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), изучается студентами очной формы в 6 семестре.

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

Цель курса «Реклама в коммуникационном процессе» — формирование целостного представления о рекламе и ее роли в коммуникационном процессе, знакомство с рекламой как действенным методом продвижения товаров и услуг, с методикой организации рекламной кампании, с основными аспектами ее подготовки, с отечественным и зарубежным опытом в этой области, а также со способами создания эффективной рекламы и ее распространения. В задачи курса входит изучение основных видов рекламы, его целей, специфики планирования рекламных кампаний и зависимость их особенностей от способов распространения рекламы.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Реклама в коммуникационном процессе» относится к дисциплинам обязательной части учебного плана (Б1.О.28), изучается студентами очной формы в 6 семестре.

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

Целями освоения учебной дисциплины «Основы брендинга» является формирование отношения к брендингу как к инструменту рыночной экономики, изучение концепций построения бренда; ознакомление студентов с зарубежной и российской практикой брендинга. Данный курс дает возможность практического применения студентами полученных знаний, умений и навыков в области копирайтинга, дизайна, стратегического планирования, медиапланирования, разработки рекламного продукта

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Основы брендинга» относится к дисциплинам обязательной части учебного плана (Б1.О.29) и изучается студентами очной формы в 5 семестре.

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.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Технология создания имиджа в рекламе и связях с общественностью относится к дисциплинам обязательной части учебного плана (Б1.О.30) изучается студентами очной формы в 5 семестре.

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;
- Запускать и обеспечивать сопровождение стратегии управления, продвижения или корректировки репутации организации;
- Управлять репутацией первого лица организации;
- Развить умение построения коммуникационного поля и потоков компании;
- Развить умение самостоятельно выбирать эффективную стратегию управления корпоративной репутацией;
- Сформировать навык мониторинга коммуникационного окружения компании.
- Изучить основные направления деятельности специалиста по связям с общественностью в интернете;
- Изучить основные виды площадок;
- Сформировать навык самостоятельной работы на Интернет площадках;
- Развить умение выделять целевые аудитории и использовать каналы выхода на целевые аудитории;
- Изучить особенности корпоративного сайта;
- Развить умение самостоятельно выстраивать стратегию работы в интернете.
- Формировать имидж и репутацию территории (города, края / области, региона).

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) изучается студентами очной формы в 5 семестре.

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

Целями дисциплины «Проектирование средств визуальной коммуникации» являются:

— исследование качественных изменений и новых тенденций в области современных визуальных коммуникаций, которые сегодня не представляются без мультимедиа-дизайна;

— освоение практических знаний, умений и навыков создания проектов медиа-дизайна, имеющих мультисенсорную природу, обеспечивающих интерактивное взаимодействие с пользователем, формирующих гибкую, подвижную среду современного медиапространства.

Задачи:

— раскрытие понятия «визуальные коммуникации»; определение визуальных коммуникаций как ведущих в мультисенсорной среде современного коммуникативного пространства;

— изучение современных методов восприятия, потребления и переработки визуальной информации; изучение перцептивных возможностей человека; психологического и физиологического аспектов зрительского восприятия;

— анализ существующих проектных решений в медиа-дизайне, рассмотрение функциональных и эстетических особенностей современных медиа-объектов; создание типологии художественнообразных решений мультимедиа-дизайна, созданных на основе цифровых технологий;

— изучение типологии мультимедийного оборудования; определение экрана как типа информационного пространства; исследование возможностей использования инновационных цифровых технологий в медиа-дизайне;

— изучение основных форматов предоставления графического, видео и мультимедиа-материала на различных носителях, в различных медиа-пространствах;

— рассмотрение социокультурной природы медиа-дизайна, выделение его роли и места в организации новых коммуникационных сред общения и взаимодействия.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Проектирование средств визуальной коммуникации» относится к дисциплинам обязательной части учебного плана (Б1.О.32), изучается студентами очной формы в 6 семестре.

3. Общий объем дисциплины:

4 з.е. (144 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих

компетенций:

ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

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

Целями освоения учебной дисциплины «Политическая реклама» являются - сформировать у студентов знания об исторических вехах возникновения политической рекламы, ее роли в обществе и в общей системе информационно-коммуникационных технологий, содержания, а также навыки и умения планирования, организации и реализации мероприятий политической рекламы.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Политическая реклама» относится к дисциплинам обязательной части учебного плана (Б1.О.33), изучается студентами очной формы в 7 семестре.

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.

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), изучается студентами очной формы во 2 семестре.

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 освоения учебной дисциплины «Реклама и связи с общественностью в экономической и финансовой сферах» является сформировать у студентов систему знаний, умений, навыков и компетенций, обеспечивающих эффективность связей с общественностью и рекламных коммуникаций в сфере экономики и финансов.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Реклама и связи с общественностью в экономической и финансовой сферах относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, является дисциплиной обязательной к изучению (Б1.В.02), изучается студентами очной формы в 4 семестре.

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), изучается студентами очной формы в 4 семестре.

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

Целями освоения учебной «Выставочное дело» является сформировать у студентов систему знаний, умений, навыков и компетенций, обеспечивающих эффективность выставочной деятельности.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Выставочное дело относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, является дисциплиной обязательной к изучению (Б1.В.04), изучается студентами очной формы в 3 семестре.

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 «Управление проектами в сфере рекламы и связей с общественностью» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, является дисциплиной обязательной к изучению (Б1.В.05), изучается студентами очной формы в 4 семестре.

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 рекламы и медиакоммуникаций

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), изучается студентами очной формы в 5 семестре.

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.

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), изучается студентами очной формы в 6 семестре.

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, 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-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

Целями освоения дисциплины «Основы событийных коммуникаций» - дать студентам целостное представление о технологиях организации специальных мероприятий в системе связей с общественностью, сформировать позитивную мотивацию в освоении данного курса; научить студентов творчески мыслить, применять полученные теоретические знания и практические навыки в области событийных коммуникаций в своей профессиональной деятельности.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Организация событийных коммуникаций» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, является дисциплиной обязательной к изучению (Б1.В.08), изучается студентами очной формы в 5 семестре.

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 является формирование у студентов прочных знаний в области применения возможностей интернет технологий в продвижении на рынок предприятия, а также практического применения знаний, полученных в курсе маркетинга, приобретение студентами умений и навыков, необходимых для успешной деятельности на предприятиях любой формы собственности.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Интернет-маркетинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, является дисциплиной обязательной к изучению (Б1.В.09), изучается студентами очной формы в 5 семестре.

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

Целями изучения дисциплины являются формирование у студентов знаний, умений и навыков использования методов интернет-рекламы и ее инструментария при работе на различных сегментах рынка.

Задачи:

- формирование у студентов необходимых знаний по дисциплине;
- ознакомление с техническими, алгоритмическими, программными и технологическими решениями, используемыми в области интернет-рекламы;
- создание и развитие у студентов умений методического и прикладного характера, необходимых в интернет-рекламе;
- выработка практических навыков применения инструментов интернет-рекламы, используемых в области, изучаемой в рамках данной дисциплины.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Контекстная реклама» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, является дисциплиной обязательной к изучению (Б1.В.10), изучается студентами очной формы в 6 семестре

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

Целями дисциплины «Социальные сети как средства коммуникации» являются формирование знаний принципов функционирования социальных медиа, развитие умений и навыков эффективного использования возможностей социальных медиа в профессиональной деятельности. Социальные медиа - новая и быстро растущая сфера, построенная на общении, ставшая результатом развития сети Интернет. Дисциплина является актуальной, т.к. появление социальных медиа изменило привычный подход к PR и рекламе. Сегодня для того, чтобы осуществлять эффективную деятельность в условиях меняющейся сферы PR и рекламы специалист в области социальных коммуникаций должен быть компетентен в использовании новейших коммуникационных технологий.

Задачи курса: формирование базовых знаний о специфике социальных медиа как нового типа средств массовой информации и коммуникации; формирование основ практических умений организации работы с социальными медиа; формирование навыков самообразования и профессионального совершенствования в ходе изучения новых социальных сервисов и работы с ними; реализация коммуникативных, технических и эвристических способностей бакалавров в ходе работы с социальными сервисами.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Социальные средства как средства коммуникации» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, является дисциплиной обязательной к изучению (Б1.В.10), изучается студентами очной формы в 5 семестре

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.

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), изучается студентами очной формы в 7 семестре.

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 её 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 её восприятия в процессе делового и межличностного общения, оценки персонала, адаптации и т. Д.;
- эффективность системы управления персоналом в целом и отдельных её элементов;
- степень влияния на организационную культуру национального менталитета и особенности его проявления в управлении персоналом на современном этапе развития российской экономики.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Связи с общественность и организационная культура относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, является дисциплиной обязательной к изучению (Б1.В.13), изучается студентами очной формы в 7 семестре.

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: 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: 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-стади и опробирование навыков его применения в прикладных исследованиях.

Задачи изучения курса:

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

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

3. Выработка у студентов способности использовать кейс-стади 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 части, формируемой участниками образовательных отношений, является дисциплиной обязательной к изучению (Б1.В.14), изучается студентами очной формы в 7 семестре.

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

Целями освоения учебной дисциплины «Блоггинг» является формирование у бакалавров представления о методе кейс-стади и опробирование навыков его применения в прикладных исследованиях.

Задачи изучения курса:

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

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

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

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Блоггинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, является дисциплиной обязательной к изучению (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 экономики и менеджмента

1. Цель и задачи дисциплины

Основной целью изучения дисциплины «Лидерство и командообразование» является формирование теоретических знаний в области лидерства и командообразования, развитие лидерских качеств, способностей к самоменеджменту и управлению малой группой, командой.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Лидерство и командообразование» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, является дисциплиной обязательной к изучению (Б1.В.16), изучается студентами очной формы в 8 семестре.

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 экономики и менеджмента

1. Цель и задачи дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является формирование у студентов общих представлений о сущности и типах управления временем, принципах и способах управления временным ресурсом для более успешного осуществления профессиональной деятельности.

Задачи изучения дисциплины: формирование у студентов системы знаний по курсу; формирование у студентов представления о тайм-менеджменте; развитие организационной компетенции, предполагающей овладение способами управления и руководства временем; совершенствование у студентов навыков самоконтроля, самоорганизации и саморегуляции; формирование и совершенствование умения качественно анализировать и оценивать свои действия.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Управление карьерой и тайм-менеджмент» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, является дисциплиной обязательной к изучению (Б1.В.17), изучается студентами очной формы в 8 семестре.

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

Владет: 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

Цели освоения дисциплины: формирование представления об антикризисных связях с общественностью, принципов и методов организации и проведения антикризисных PR– коммуникаций.

Задачами изучения дисциплины являются: формирование целостного представления о практике антикризисного PR и опыте использования PR в корпоративном антикризисном управлении; изучение методов и технологий управления кризисами, изучение опыта антикризисного PR в практической деятельности российских и зарубежных организаций.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Антикризисные коммуникации» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, является дисциплиной обязательной к изучению (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), изучается студентами очной формы в 7 семестре.

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 курса - формирование навыков профессиональной подготовки текстов для публичных выступлений и их эффективной публичной презентации.

В рамках дисциплины решаются следующие задачи: сформировать представление о спичрайтинге как виде коммуникативной деятельности и о спичрайтерском тексте как разновидности PR-текста; сформировать умение подготовки эффективного текста на заданную тему для публичных выступлений; сформировать навыки организации речевого взаимодействия с аудиторией; в овладении основными элементами мастерства публичной речи; стратегиями и тактиками аргументации; сформировать навыки обучения публичному выступлению по заранее подготовленному тексту.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Спичрайтинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, является дисциплиной обязательной к изучению (Б1.В.20), изучается студентами очной формы в 8 семестре.

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

Целями освоения учебной дисциплины «ОФП» являются 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:

1. Обеспечение понимания роли физической культуры в развитии личности и подготовке ее к профессиональной деятельности;
2. Освоение научно-биологических и практических основ физической культуры;
3. Освоение основных принципов здорового образа жизни;
4. Установки на физическое самосовершенствование и самовоспитание;
5. Формирование мотивационно - ценностного отношения студентов к физической культуре;
6. Приобретение потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями;
7. Овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, развития психофизических способностей;
8. Обеспечение профессионально-прикладной физической подготовленности, определяющей психофизическую готовность студентов к будущей профессии;
9. Приобретения опыта творческого использования физкультурно-спортивной деятельности для достижения жизненных и профессионально значимых целей.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «ОФП» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.1ДВ.01.01), является дисциплиной по выбору. изучается студентами очной формы в 1-6 семестрах.

3. Общий объем дисциплины:

328 час.

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

УК-7Владеет: методами поддержки должного уровня физической подготовленности; навыками обеспечения полноценной социальной и

профессиональной деятельности; базовыми приемами пропаганды здорового образа жизни.

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

Целями освоения учебной дисциплины «Самбо» являются 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:

1. Обеспечение понимания роли физической культуры в развитии личности и подготовке ее к профессиональной деятельности;
2. Освоение научно-биологических и практических основ физической культуры;
3. Освоение основных принципов здорового образа жизни;
4. Установки на физическое самосовершенствование и самовоспитание;
5. Формирование мотивационно - ценностного отношения студентов к физической культуре;
6. Приобретение потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями;
7. Овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, развития психофизических способностей;
8. Обеспечение профессионально-прикладной физической подготовленности, определяющей психофизическую готовность студентов к будущей профессии;
9. Приобретения опыта творческого использования физкультурно-спортивной деятельности для достижения жизненных и профессионально значимых целей.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Самбо» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.1ДВ.01.02), является дисциплиной по выбору. изучается студентами очной формы в 1-6 семестрах.

3. Общий объем дисциплины:

328 час

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

УК-7Владеет: методами поддержки должного уровня физической подготовленности; навыками обеспечения полноценной социальной и

профессиональной деятельности; базовыми приемами пропаганды здорового образа жизни.

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

Целями освоения учебной дисциплины «Спортивные танцы» являются 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:

1. Обеспечение понимания роли физической культуры в развитии личности и подготовке ее к профессиональной деятельности;
2. Освоение научно-биологических и практических основ физической культуры;
3. Освоение основных принципов здорового образа жизни;
4. Установки на физическое самосовершенствование и самовоспитание;
5. Формирование мотивационно - ценностного отношения студентов к физической культуре;
6. Приобретение потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями;
7. Овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, развития психофизических способностей;
8. Обеспечение профессионально-прикладной физической подготовленности, определяющей психофизическую готовность студентов к будущей профессии;
9. Приобретения опыта творческого использования физкультурно-спортивной деятельности для достижения жизненных и профессионально значимых целей.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Спортивные танцы» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.1ДВ.01.03), является дисциплиной по выбору. изучается студентами очной формы в 1-6 семестрах.

3. Общий объем дисциплины:

328 час.

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

УК-7Владеет: методами поддержки должного уровня физической подготовленности; навыками обеспечения полноценной социальной и

профессиональной деятельности; базовыми приемами пропаганды здорового образа жизни.

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 медиакommunikаций

1. Цель и задачи дисциплины

Основная цель дисциплины -ознакомить студентов 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 отрасли национальной экономики.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Конгрессно-выставочная деятельность» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.1ДВ.02.01), является дисциплиной по выбору, изучается студентами очной формы в 4 семестре.

3. Общий объем дисциплины:

2 з.е. (72 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

ПК-1Способен 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 дисциплины – изучение теоретических основ выставочной работы; освоение методических принципов и приемов выставочной деятельности; подготовка студентов к самостоятельному поиску информационных источников и обработке информации, необходимой для организации участия в специализированных выставках; ознакомление студентов с организационными основами выставочной деятельности; формирование готовности к работе в контактной зоне с посетителем выставки, консультированию посетителей.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Организация и технологии рекламно-выставочного бизнеса» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.1ДВ.02.02), является дисциплиной по выбору. изучается студентами очной формы в 4 семестре.

3. Общий объем дисциплины:

2 з.е. (72 час.).

4. Планируемые результаты изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

ПК-1Способен 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.03.01 Медийный ландшафт и медиапотребление

Наименование кафедры: Кафедра рекламы и медиакоммуникаций

1. Цель и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины: 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 части, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.1ДВ.03.01), является дисциплиной по выбору. изучается студентами очной формы в 6 семестре.

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

Целью освоения дисциплины сформировать у студентов системное представление о принципах организации новых медиа, особенностях коммуникации в данной среде, ознакомить студентов со спектром возможностей применения новых медиа в общественной жизни, сформировать знания о возможностях использования новых медиа в конкретных направлениях будущей профессиональной деятельности студентов. Задачи дисциплины:

1. Сформировать у студентов понятие о ключевых признаках новых медиа и отличиях новых медиа от традиционных медиа.
2. Познакомить студентов с историей развития новых медиа и теоретическими моделями развития новых медиа.
3. Рассмотреть специфику коммуникативного взаимодействия и механизмов влияния в среде новых медиа.
4. Определить место и роль новых медиа в структуре СМИ.
5. Ознакомить студентов с механизмами и проблемами правового регулирования в области новых медиа.
6. Сформировать у студентов представление о возможностях включения новых медиа в организацию PR-кампаний.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Реклама и связи с общественностью в новых медиа» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.1ДВ.03.02), является дисциплиной по выбору. изучается студентами очной формы в 6 семестре.

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

Целями освоения дисциплины являются раскрытие сущности информационной безопасности и защиты информации, их места в системе как национальной безопасности, так и в рамках профессиональной деятельности, определение теоретических, методологических и организационных основ обеспечения безопасности информации. На основе этого необходимо показать построение и совершенствование технологии защищенного документооборота в условиях применения различных типов носителей документной информации, а также различных средств, способов и систем обработки и хранения конфиденциальных документов.

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). изучается студентами очной формы в 4 семестре.

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

Цель изучения дисциплины – развитие навыков публичных выступлений, формирование умения логически верно, аргументировано и ясно строить письменную и устную речь в соответствии с коммуникативными намерениями и коммуникативной ситуацией.

Задачи изучения дисциплины: формирование навыков построения связных монологических высказываний в соответствии с коммуникативной ситуацией; формирование и развитие умения выступать публично, с учетом специфики аудитории и поставленных задач, аргументировать свою позицию; освоение основных приемов и правил ведения дискуссии; усвоение навыков самостоятельной творческой работы со словом.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина «Риторика» относится к Блоку факультативных дисциплин и является дисциплиной по выбору (ФТД.В.02), изучается студентами очной формы в 6 семестре.

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.