

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль)– Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

**Дисциплина «Иностранный язык»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 9 з.е., 324 часа

Форма промежуточной аттестации – экзамен

**Предметная область дисциплины** включает формирование иноязычных коммуникативных компетенций бакалавра для решения учебно-образовательных и коммуникативных задач в повседневной и профессиональной сферах деятельности, в т. ч. в различных областях бытовой и культурной жизни, а также для дальнейшего самообразования.

**Объектами изучения** дисциплины являются современный английский, немецкий и французский язык в его общеупотребительной нормативной форме, характерной для образованных носителей языка в различных ситуациях общения.

**Основной целью** изучения дисциплины «Иностранный язык» является повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, и овладение студентами необходимым и достаточным уровнем коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях бытовой, культурной, и профессиональной деятельности при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования.

**Содержание дисциплины**

Модуль 1. Вводно-адаптивный курс (коммуникативные умения в сфере учебного и повседневного общения). Темы: Я и моя семья. Я и мое образование.

Модуль 2. Базовый курс (коммуникативные умения в сфере повседневного и официально-делового общения). Тема: Лингвострановедение. Реалии современного иноязычного социума.

Модуль 3. Базовый курс (коммуникативные умения в сфере повседневного и официально-делового общения). Темы: Современный город. Научно-технический прогресс и его достижения. Выдающиеся деятели разных эпох, стран и культур.

Модуль 4. Основной курс (коммуникативные умения в сфере официально-делового и общепрофессионального общения). Тема: Я и моя будущая профессия. Иностранный язык как средство профессиональной коммуникации.

**Планируемые результаты обучения по дисциплине**

**Компетенция ОК-5:**

- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

**Знать:**

31.1. Основные фонетические, лексико-грамматические, стилистические особенности изучаемого языка и его отличие от родного языка.

31.2. Важнейшие параметры языка конкретной специальности.

31.3. Основные факты, реалии, имена, достопримечательности, традиции страны изучаемого языка.

31.4. Поведенческие модели и сложившуюся картину мира носителей языка.

**Уметь:**

У1.1. Адекватно понимать и интерпретировать смысл и намерение автора при восприятии устных и письменных аутентичных текстов.

У1.2. Порождать адекватные в условиях конкретной ситуации общения устные и письменные тексты.

У1.3. Реализовать коммуникативное намерение с целью воздействия на партнера по общению.

У1.4. Выступать в роли медиатора культур.

**Владеть:**

В1.1. иностранным языком на уровне, обеспечивающем успешное устное и письменное межличностное и межкультурное взаимодействие.

В1.2. иностранным языком для общения (устного и письменного) с целью получения профессиональной информации из зарубежных источников

В1.3. Учебными и когнитивными стратегиями для организации своей учебной деятельности и автономного изучения иностранного языка.

В1.4. Социокультурной компетенцией для успешного взаимопонимания в условиях общения с представителями другой культуры.

**Технологии формирования компетенции:** групповая и индивидуальная контактная работа (в том числе с использованием новейших средств получения информации), проверка понимания прочитанных и прослушанных текстов с помощью различных тестовых заданий и точного перевода; презентация; проектная работа; внеаудиторная самостоятельная работа с Интернет-ресурсами.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль)– Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### Дисциплина «История»

Общий объем и трудоемкость дисциплины – 4 з.е., 144 часа  
Форма промежуточной аттестации – экзамен

**Предметная область дисциплины** включает изучение закономерностей развития общества как единого противоречивого процесса, причин и направленности социальных изменений, факторов самобытности и этапов развития Российской цивилизации.

**Объектами изучения** являются общество в целом, человек и его практическая деятельность, вся совокупность фактов, характеризующих жизнь российского общества в прошлом и настоящем.

**Основной целью** изучения дисциплины «История» является теоретическое обоснование и упорядочение исторических знаний студентов, формирование на этой основе навыков интерпретации и оценки актуальной социально-политической проблематики в ее историческом контексте, а также освоение исторической эмпирической информации как необходимой предпосылки изучения всего комплекса гуманитарных и социально-экономических дисциплин.

### Содержание дисциплины

Тема 1 «История и историческая наука»

Тема 2 «Особенности генезиса цивилизации в русских землях»

Тема 3 «Феодальная раздробленность на Руси. Русь и Орда: проблемы взаимоотношений»

Тема 4 «Специфика формирования и устройство централизованного Российского государства»

Тема 5 «Особенности российского абсолютизма»

Тема 6 «Становление индустриального общества в России»

Тема 7 «Мир и Россия в начале XX века»

Тема 8 «Российское общество в советский период»

Тема 9 «Перестройка в СССР и либерально-демократическая модернизация российского общества»

### Планируемые результаты обучения по дисциплине

#### Компетенция ОК-2:

- способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции

#### Знать:

31.1. Место истории в системе гуманитарного знания.

31.2. Основные методы исторической науки.

31.3. Движущие силы и закономерности исторического процесса.

31.4. Основные этапы и ключевые события истории России и мира, выдающихся деятелей отечественной и всеобщей истории

31.5. Особенности исторического развития российского общества.

#### Уметь:

У1.1. Осуществлять эффективный поиск и обработку информации.

У1.2. Осмысливать процессы, события и явления в России и мировом сообществе в их динамике и взаимосвязи, руководствуясь принципами научной объективности и историзма.

У1.3. Соотносить общие исторические процессы и отдельные факты и явления.

У1.4. Выявлять существенные черты исторических процессов и событий.

У1.5. Извлекать уроки из исторических событий и на их основе принимать осознанные решения.

#### Владеть:

В1.1. Способностью к восприятию, анализу, обобщению и систематизации информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.

В1.2. Умением логически верно и ясно строить устную и письменную речь.

В1.3. Приемами ведения аргументированной дискуссии, умением отстаивать собственную позицию по различным проблемам истории.

В1.4. Навыками самостоятельного анализа исторических источников и критического восприятия исторической информации.

В1.5. Специальной исторической терминологией.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, практикумов, деловых игр, подготовка рефератов, докладов.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### Дисциплина «Философия»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 4 з.е., 144 часа  
Форма промежуточной аттестации – экзамен

**Предметная область дисциплины** включает изучение наиболее общих вопросов взаимоотношений между человеком и миром, закономерностей бытия как такового, познаваемости мира, проблемы взаимодействия между познающим субъектом и познаваемым объектом, закономерностей познавательной деятельности человека, проблем обоснования знания и познания как таковых, ценностных оснований бытия человека, его практической деятельности и поведения, форм выражения мыслей и формы развития знаний, приемов и методов познания, законов мышления, логико-методологических и логико-семиотических проблем.

**Объектами изучения** в дисциплине являются бытие в целом, формы проявления мира, окружающий мир как объект познания, общество как организованная совокупность людей, общественные явления, человек как часть мира, практическая деятельность человека по освоению природных реалий и конструированию социальной реальности, мировоззренческие принципы и общая система норм практической деятельности человека, природа, техника, сущность и существование человека как особая форма бытия, история общества и человека как субъекта исторического процесса.

**Основной целью** образования по дисциплине «Философия» является формирование культуры мышления, развитие познавательных способностей и интереса к мировоззренческим, социальным, антропологическим проблемам, расширение и углубление мировоззренческих установок, самостоятельности мышления, способности соотносить специально-научные и технические задачи с масштабом гуманитарных ценностей.

### Содержание дисциплины

Модуль 1 «Основные методы, категории и подходы в философии. Роль философии в культуре»  
Модуль 2 «Исторические типы философии. Философские традиции и современные дискуссии»

### Планируемые результаты обучения по дисциплине

#### Компетенция ОК-1:

- способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции.

#### Знать:

З1.1. Основные положения и методы философии.

З1.2. Основные направления, исторические типы и школы философии.

#### Уметь:

У1.1. Анализировать основные категории, понятия и методы философии.

У1.2. Интерпретировать идеи, положения, концепции представителей различных школ, направлений и периодов философии.

#### Владеть:

В1.1. Навыками философского анализа и систематизации человека и общества, окружающего мира категорий, понятий, методологии.

В1.2. Навыками использования основных идей, положений, концепций представителей различных школ, направлений и периодов философии.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий; выполнение практических работ; самостоятельная работа, выполнение реферата.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)

Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

**Дисциплина «Психология»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов

Форма промежуточной аттестации – экзамен

**Предметная область дисциплины** включает изучение закономерностей развития и функционирования психики как формы психического отражения действительности, внутреннего мира субъективных явлений, процессов, свойств и состояний, осознаваемых или неосознаваемых самим человеком, его поведение, изучение порождения сознания, его функционирования, развития и связи с поведением и деятельностью, соотношения природных и социальных факторов в становлении психики, психологической характеристики деятельности, психологической характеристики социальных групп, взаимодействия человека с социальной средой, закономерностей межличностных отношений в группах и их формы.

**Объектами изучения** в дисциплине является психика человека, ее объективные закономерности и проявления, внутренний мир личности, который возникает в процессе взаимодействия человека с окружающим внешним миром, в процессе активного отражения этого мира, а также социальные группы как совокупность людей, групповые явления, человек как часть социальной группы, деятельность человека по освоению как социального, так и предметного мира в составе систем «человек-человек», «человек-техника», «человек-знак».

**Основной целью** образования по дисциплине «Психология» является формирование целостного представления об основах психологической науки и решение конкретных задач теоретической и практической подготовки специалистов к будущей профессии: о психологических особенностях человека как факторе успешности его профессиональной деятельности, развитию способности самостоятельно и адекватно оценивать возможности психической системы, находить оптимальные пути решения жизненных и профессиональных задач, расширение и углубление психологических знаний, необходимых для совершенствования как теоретической и профессиональной подготовки в области психологии личности, психологии межличностных отношений, психологии малых групп, психологии коллектива, так и для успешной реализации профессиональной деятельности и саморазвития, получить опыт применения этих знаний при решении личностных и профессиональных продуктивных задач.

**Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Психология, ее предмет, задачи и особенности как науки»

Модуль 2 «Общая психология»

Модуль 3 «Психология личности»

Модуль 4 «Социальная психология»

Модуль 5 «Этнопсихология»

Модуль 6 «Психология общения и взаимодействия людей в группе»

Модуль 7 «Психология труда и инженерная психология»

Модуль 8 «Психология управления»

**Планируемые результаты обучения по дисциплине**

**Компетенция ОК-6:**

- способность работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

**Знать:**

31.1. Особенности и этапы формирования коллектива, социально-психологические явления и процессы в коллективе, закономерности и особенности взаимодействия личности и коллектива.

31.2. Основные проблемы совместной деятельности в коллективе, особенности делового общения, способы выхода из конфликтных ситуаций.

31.3. Этические и правовые нормы, регулирующие отношения в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия с целью создания психологического климата, способствующего оптимизации производственного процесса.

**Уметь:**

У1.1. Работая в коллективе использовать социально-психологические знания в профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

У1.2. Проводить анализ и первичную психодиагностику межличностных отношений, возникающих в процессе совместной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

У1.3. Формировать собственную толерантную позицию и развитые коммуникативные навыки.

**Владеть:**

В1.1. Навыками руководства коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

В1.2. Навыками принимать практические решения психологических задач в своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

В1.3. Навыками организации своей профессиональной деятельности, работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий; выполнение практических работ; самостоятельная работа, подготовка реферата.

**Компетенция ОК-7:**

- способность к самоорганизации и самообразованию.

**Знать:**

32.1. Содержание психической деятельности личности в целях самоорганизации и самообразования.

32.2. Психологические технологии, ориентированные на личностное развитие в целях самоорганизации и самообразования.

32.3. Основы психологии самопознания и психологических технологий, ориентированных на личностный рост, самоорганизацию и самообразование.

**Уметь:**

У2.1. Само организовываться и строить взаимоотношения с коллегами, находить, принимать и реализовывать решения в своей профессиональной деятельности.

У2.2. Сопоставлять индивидуальные и субъектные особенности личности; определять и различать свойства темперамента, характера, способностей и направленности личности, определять содержание и уровень психического, социального и профессионального развития личности.

У2.3. Применять полученные знания реализации психологических технологий на практике, ориентированных на личностный рост, самоорганизацию и самообразование.

**Владеть:**

В2.1. Навыками применения знаний о психике, психических процессах, свойствах, состояний; базовыми понятиями и идеями психологии личности.

В2.2. Навыками реализации на практике психологических технологий саморазвития личности, самоорганизации и самообразования.

В2.3. Навыками на практике реализации психологических технологий, ориентированных на личностный рост, самоорганизации и самообразования.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий; выполнение практических работ; самостоятельная работа, подготовка реферата.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

**Дисциплина «Социология»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часов  
Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** включает изучение наиболее общих вопросов социального взаимодействия между людьми, социальными группами, изучение природы социальных связей между людьми, законы приспособления людей друг к другу, отношения, проявляющие в любых областях общественной жизни, становлении, развитии и функционировании социальных общностей и форм их организации.

**Объектом изучения** в дисциплине является общество в целом, социальная сфера жизнедеятельности общества, социальные связи, социальное взаимодействие, социальные отношения и способы их организации.

**Основной целью** образования по дисциплине является формирование у студентов целостного представления об окружающих их социальных явлениях и процессах, происходящих в современных обществах, о закономерностях социального взаимодействия, социальных отношений, социальной динамики; подготовка специалистов, способных к анализу и прогнозированию сложных социальных проблем и владеющих методикой проведения социологических исследований.

**Содержание дисциплины**

- Модуль 1 «Объект, предмет и функции социологии»
- Модуль 2 «Методология и методы социологического исследования»
- Модуль 3 «Общество как социокультурная система»
- Модуль 4 «Социальные общности и группы»
- Модуль 5 «Социальные институты»
- Модуль 6 «Социальная структура и стратификация»
- Модуль 7 «Социализация личности»
- Модуль 8 «Культура как система ценностей и норм»
- Модуль 9 «Девиянтное поведение и социальный контроль»
- Модуль 10 «Социальные конфликты»

**Планируемые результаты обучения по дисциплине**

**Компетенция ОК-6:**

- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

**Знать:**

- 31.1. понятийный аппарат социологии;
- 31.2. содержание основных теорий, направлений, школ и парадигм, объясняющих социальные явления и процессы;
- 31.3. характеристики основных этапов культурно-исторического развития общества, механизмов и форм социальных изменений;
- 31.4. сущность влияния процессов глобализации на социальное развитие, социокультурное понимание аспектов толерантности;
- 31.5. сущность общества и основные этапы, направления и формы его развития;
- 31.6. сущность, факторы и последствия процессов глобализации;
- 31.7. основные подходы к анализу структуры обществ, природу возникновения социальных общностей и социальных групп, их виды;
- 31.8. сущность социологического подхода к анализу личности и факторов ее

формирования в процессе социализации;

31.9. основные закономерности и формы регуляции социального поведения;

**Уметь:**

У1.1. анализировать социальные явления и процессы;

У1.2. осуществлять статусно-ролевое взаимодействие с коллегами и подчиненными, основываясь на закономерностях социальных отношений;

У1.3. анализировать основные проблемы стратификации общества, взаимоотношений социальных групп, общностей, этносов, представителей различных конфессиональных и культурных общностей;

**Владеть:**

В1.1. навыками рефлексии повседневных социальных процессов и проблем;

В1.2. практикой построения эффективной системы внутренних и внешних профессиональных коммуникаций;

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных занятий, выполнение плана семинарского занятия, выполнение тестовых заданий, докладов, презентаций.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

**Дисциплина «Экономика»**

Общие объем и трудоёмкость дисциплины – 4 з. е., 144 часов

Форма промежуточной аттестации – экзамен

**Предметная область дисциплины** включает изучение фундаментальных основ микро- и макроэкономики и целостное представление об экономике. Дисциплина «Экономика» осуществляет рассмотрение и анализ внутренних и внешних экономических отношений, а именно: мотивацию поведения отдельных экономических субъектов (домашних хозяйств, фирм, правительственных учреждений), и изучает такие макроэкономические проблемы, как инфляция и безработица.

**Объектами изучения** в дисциплине являются экономические процессы и явления.

**Основной целью** изучения дисциплины «Экономика» является формирование профессиональной культуры бакалавров, обладающих знаниями о существующих экономических моделях и механизмах функционирования экономических процессов и основах общего экономического равновесия, экономической эффективности и благосостояния общества, а также сформировать системное экономическое мышление и выработать аналитические способности.

**Содержание дисциплины**

Модуль 1. «Основы курса «Экономика»»

Модуль 2. «Микроэкономика»

Модуль 3. «Макроэкономика»

**Планируемые результаты обучения по дисциплине**

**Компетенция ОК-3:**

– способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности.

**Знать:**

31.1. Знать методы и принципы микроэкономического анализа, определения рыночной цены, издержек, прибыли, убытков и оптимального выпуска продукции.

31.2. Знать методы построения экономических моделей объектов, явлений, процессов, а так же основы построения расчета и анализа современной системы показателей.

31.3. Знать формирование спроса и предложения на рынках факторов производства, экономические законы и закономерности для нахождения решения экономических задач в профессиональной деятельности.

**Уметь:**

У1.1. Уметь анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микро- и макроуровне, выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций и предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности возможных социально-экономических последствий.

У1.2. Уметь ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций и использовать экономический инструментарий для анализа внешней и внутренней среды организации (предприятия), проецировать накопленные знания на современную экономическую действительность и свободно ориентироваться в проблемах и направлениях экономической политики.

**Владеть:**

В1.1. Владеть экономическими методами анализа поведения потребителей, производителей, собственников ресурсов и государства.

В1.2. Владеть способом применения метода альтернативных издержек для оценки

рациональности экономического выбора.

В1.3. Владеть навыками самостоятельной исследовательской работы.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных занятий, выполнение практических работ.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)

Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### Дисциплина «Культурология»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов

Форма промежуточной аттестации – экзамен

**Предметная область дисциплины** включает наиболее общие вопросы культурогенеза, теории и истории культуры, социально-философские проблемы бытия человека и созданного им мира обычаев, традиций, норм, нравов, смыслов и ценностей, определение цивилизационно-культурной принадлежности России.

**Объектом изучения** дисциплины является исследование культуры как целостного объекта познания.

**Основной целью** изучения дисциплины «Культурология» является формирование у студентов целостного представления о культуре как способе надбиологического существования человека; подготовка широко образованных, творческих и критически мыслящих бакалавров, способных к анализу и прогнозированию сложных социокультурных проблем и умеющих ориентироваться в условиях современной социокультурной среды.

### Содержание дисциплины

Модуль 1 «Теоретические основы культурологи»

Модуль 2 «Развитие культурологической мысли»

Модуль 3 «История мировой культуры»

Модуль 4 «История культуры России»

### Планируемые результаты обучения по дисциплине

#### Компетенция ОК-6:

- способность работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

#### Знать:

31.1. Основные подходы к определению места культуры в социуме;

31.2. Закономерности функционирования и развития культуры на разных этапах человеческой истории;

31.3 Специфику внутри- и межкультурных коммуникаций;

31.4 Знать традиции и обычаи других стран и народов.

#### Уметь:

У1.1. Осуществлять статусно-ролевое взаимодействие в коллективе, основываясь на культурных ценностях и нормах;

У1.2. Использовать знания о сущности и механизмах культурных изменений в практике внедрения инноваций в организации;

У1.3. Строить эффективную систему внутренних и внешних профессиональных коммуникаций на основе культурных норм.

#### Владеть:

В1.1. Способностью к социальному взаимодействию на основе принятых в обществе норм и социальных стандартов, демонстрировать уважение к людям, толерантность к другой культуре, готовность к поддержанию партнерских отношений;

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий (участие в дискуссиях и диспутах); выполнение творческих работ (эссе, реферат).

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Правоведение»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов  
Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** включает знания о государстве и праве как взаимосвязанных явлениях, основных понятиях юриспруденции, системе права РФ.

**Объектами изучения** дисциплины являются право как социально-политическое явление и система общеобязательных правил поведения, установленных государством; государство как организация политической власти, обеспечивающая с помощью права и специально созданного государственного аппарата управление делами всего общества; соотношение и взаимосвязь между государством и правом; система правовых терминов; система права РФ.

**Основной целью** изучения дисциплины является формирование у студентов способности использовать базовые знания из предметной области правоведения при решении социальных и профессиональных задач

### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Общая часть правоведения»

Модуль 2 «Особенная часть правоведения»

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

#### **Компетенция ОК-4:**

- способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности.

#### **Знать:**

- 31.1. Основной правовой понятийный аппарат.
- 31.2. Основы теории государства и права и важнейших отраслей права РФ.
- 31.3. Организацию судебных и правоохранительных органов.
- 31.4. Основы правового статуса личности в РФ.
- 31.5. Основные направления антикоррупционной деятельности в РФ.
- 31.6. Основы российского законодательства.

#### **Уметь:**

- У1.1. Разбираться в особенностях различных отраслей российского права.
- У1.2. Правильно ориентироваться в системе законодательства.
- У1.3. Использовать действующее законодательство РФ в своей профессиональной деятельности и в различных сферах общественной жизни.
- У1.4. Пользоваться правовыми справочно-информационными базами данных.
- У1.5. Самостоятельно совершенствовать систему своих правовых знаний.

#### **Владеть:**

- В1.1. Навыками применения законодательства при решении практических задач.

**Технологии формирования компетенции:** лекции, практические занятия, самостоятельная работа в справочно-правовых системах «Гарант», «КонсультантПлюс», разбор конкретных ситуаций (решение учебных дел), написание реферата, подготовка компьютерных презентаций рефератов, тестирование, заполнение образцов документов в соответствии с нормативными актами.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) - Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Информатика»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 5 з.е., 180 часов  
Форма промежуточной аттестации – экзамен (1 семестр), зачет (2 семестр)

**Предметная область дисциплины** включает изучение основных свойств и закономерностей информационных процессов и процессов информационного взаимодействия в природе и обществе; особенностей их проявления в различных информационных средах (технической, физической, биологической и социальной); методов и средств их реализации, а также использование этих средств и методов в различных сферах социальной практики.

**Объектом изучения** дисциплины «Информатика» являются информационные процессы и процессы информационного взаимодействия, которые происходят в природе и обществе, а также методы и средства реализации этих процессов в технических, социальных, биологических и физических системах.

**Основной целью** образования по дисциплине «Информатика» является формирование информационно-коммуникационной компетентности обучающихся.

### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Введение в теорию информации»  
Модуль 2 «Архитектура ПК. Программное обеспечение»  
Модуль 3 «Обработка текстов в текстовом процессоре MS Word»  
Модуль 4 «Работа с электронными таблицами MS Excel»  
Модуль 5 «Основы алгоритмизации и программирования. Программирование на языке VBA»  
Модуль 6 «Базы данных. СУБД MS Access»  
Модуль 7 «Создание электронных презентаций MS PowerPoint»  
Модуль 8 «Компьютерные сети. Сеть Интернет. Защита информации»

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

#### **Компетенция ОПК-6:**

- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

#### **Знать:**

- З1.1. Методы, процедуры, процессы мыследеятельности;
- З1.2. Принципы работы с информацией в глобальных компьютерных сетях;
- З1.3. Технические и программные средства реализации информационных процессов;
- З1.4. Модели решения функциональных и вычислительных задач.

#### **Уметь:**

- У1.1. Обрабатывать тексты в текстовом процессоре MS Word;
- У1.2. Работать с электронными таблицами MS Excel;
- У1.3. Работать с базами данных в СУБД MS Access;
- У1.4. Составлять алгоритмы на языке блок-схем и на языке программирования VBA;
- У1.5. Создавать электронные презентации использованием программы MS PowerPoint;
- У1.6. Работать с антивирусным программным обеспечением;
- У1.7. Работать с различными браузерами; осуществлять поиск информации в сети Интернет; работать с электронной почтой;

У1.8. Использовать знания предметной области для решения прикладных задач в профессиональной деятельности.

#### **Владеть:**

- V1.1. Осмысленным пониманием изученного материала;
- V1.2. Технологией решения проблем;
- V1.3. Основными приемами работы на компьютере с прикладным программным обеспечением;
- V1.4. Приемами работы в локальных и глобальных сетях;
- V1.5. Современными средствами вычислительной техники;
- V1.6. Культурой мышления;
- V1.7. Восприятием нового материала.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных занятий, выполнение лабораторных работ.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)

Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов

Форма промежуточной аттестации – экзамен

**Предметная область дисциплины** включает изучение круга опасностей, определяемых физическими полями (потоками энергии), потоками вещества и информации в среде обитания человека с точки зрения обеспечения безопасной жизни и деятельности.

**Объектами изучения дисциплины** «Безопасность жизнедеятельности» (БЖД) является комплекс явлений и процессов в системе «человек – среда обитания», негативно воздействующих на человека и среду обитания, характеризующаяся набором физических, химических, биологических, информационных и социальных факторов, оказывающих влияние на условия жизни и здоровье человека.

**Основной целью дисциплины** «Безопасность жизнедеятельности» является формирование у будущих бакалавров представления о неразрывном единстве эффективной профессиональной деятельности с требованиями к безопасности и защищенности. Реализация этих требований гарантирует сохранение работоспособности и здоровья человека, готовит его к действиям в экстремальных условиях.

### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Введение в безопасность. Основные понятия и определения»

Модуль 2 «Управление безопасностью жизнедеятельности»

Модуль 3 «Человек – среда обитания»

Модуль 4 «Психофизиологические и эргономические основы безопасности»

Модуль 5 «Идентификация и воздействие на человека вредных и опасных факторов среды»

Модуль 6 «Защита человека и среды обитания от вредных и опасных факторов природного, антропогенного и техногенного происхождения»

Модуль 7 «Обеспечение комфортных условий для жизни и деятельности человека»

Модуль 8 «Чрезвычайные ситуации и методы защиты в условиях их реализации»

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

#### **Компетенция ОК-9:**

- готовность пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.

#### **Знать:**

31.1. Теоретические основы безопасности жизнедеятельности в системе «человек – среда обитания».

31.2. Правовые, нормативно-технические и организационные основы безопасности жизнедеятельности.

31.3. Основы физиологии человека и рациональные условия деятельности.

31.4. Анатомо-физические последствия воздействия на человека травмирующих, вредных и опасных факторов.

#### **Уметь:**

У1.1. Проводить контроль параметров и уровня негативных последствий на их соответствие нормативным требованиям.

У1.2. Эффективно применять средства защиты от негативных воздействий.

У1.3. Использовать приемы первой доврачебной помощи пострадавшим, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций.

**Владеть:**

В1.1. основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий и ослабления их последствий современными индивидуальными и коллективными средствами защиты в любых условиях деятельности.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных занятий; лабораторных и практических занятий.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) - Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере  
**Дисциплина «Политология»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часа  
Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** включает изучение закономерностей формирования и развития политической власти, форм и методов её функционирования и использования в государственно-организованном обществе.

**Объектом изучения** дисциплины является политическая сфера жизнедеятельности людей, включающая политическую структуру, политические институты и отношения, политические качества личности, политическое поведение, политическую культуру.

**Основной целью** изучения дисциплины «Политология» является получение фундаментального образования, способствующего развитию личности.

### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Введение. Объект, предмет и метод политической науки»

Модуль 2 «Становление и основные этапы развития политической науки»

Модуль 3 «Власть и властеотношения: философский, теоретический и функциональный аспекты»

Модуль 4 «Мир политического как сфера производства и функционирования политической власти. Политическая жизнь общества»

Модуль 5 «Гражданское общество и политическая система»

Модуль 6 «Государство и политические партии как основные элементы политической системы общества»

Модуль 7 «Политический процесс и политические технологии»

Модуль 8 «Социокультурные и психологические аспекты политики»

Модуль 9 «Мировая политика и международные отношения»

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

#### **Компетенция ОК-2:**

-способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции.

#### **Знать:**

31.1. Основные законы функционирования политики; ее институциональные основы.

31.2 Цивилизованные правовые формы индивидуального и группового политического участия: референдум, выборы, демонстрация; основные права и обязанности граждан Р.Ф.; основы избирательного права.

31.3. Особенности политической власти: государство, политические партии, общественно-политические движения; социокультурные и психологические аспекты политики.

#### **Уметь:**

У1.1. Применять полученные знания и осуществлять рациональный выбор в рамках различных форм, средств и методов политической деятельности.

У1.2. Анализировать социально-значимые проблемы и процессы.

У1.3. Отстаивать свою гражданскую позицию.

#### **Владеть:**

В1.1. Навыками получения и анализа актуальной политической информации, ее сопряжения с решением профессиональных и общесоциальных проблем.

В1.2. Технологиями политического участия.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и семинарских занятий, самостоятельная работа, подготовка реферата.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) - Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

**Дисциплина «Теория менеджмента»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 4 з.е., 144 часа  
Форма промежуточной аттестации – курсовая работа, экзамен.

**Предметная область дисциплины** включает изучение теоретических основ менеджмента как системы принципов, методов и форм управления организациями. Содержательной частью предметной области является изучение вопросов выработки целей и стратегии в управлении, принятия и реализации управленческих решений, функций менеджмента, мотивации, руководства и лидерства.

**Объектом изучения** дисциплины выступает менеджмент как отрасль науки и сфера профессиональной деятельности по управлению хозяйственными организациями, формирующая общую систему исторических, теоретических и концептуальных представлений о механизмах управления.

**Основной целью** изучения дисциплины «Теория менеджмента» является овладение основами знания теорий, концепций, принципов, функций и методов современного менеджмента, выработка профессиональных компетенций в осуществлении управления экономической деятельностью организаций.

**Содержание дисциплины**

Модуль 1 «История управленческой и организационной мысли»  
Модуль 2 «Основные понятия менеджмента»  
Модуль 3 «Содержание и специфика деятельности менеджера»  
Модуль 4 «Планирование деятельности организации»  
Модуль 5 «Организационная деятельность менеджера»  
Модуль 6 «Мотивация персонала»  
Модуль 7 «Управленческий контроль»  
Модуль 8 «Принципы разработки управленческих решений»  
Модуль 9 «Коммуникации в менеджменте»  
Модуль 10 «Власть и лидерство в менеджменте»

**Планируемые результаты обучения по дисциплине**

**Компетенция ОК-6:**

- способность работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

**Знать:**

З1.1. Основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами.

**Уметь:**

У1.1. Анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности;

У1.2. Организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач.

**Владеть:**

В1.1. Современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, сдача экзамена.

**Компетенция ПК-2:**

- владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и

деятельности фирмы.

**Знать:**

32.1. Принципы развития и закономерности функционирования организации;

31.2. Принципы целеполагания, виды и методы организационного планирования;

32.3. Роли, функции и задачи менеджера в современной организации;

32.4. Типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования.

**Уметь:**

У2.1. Проектировать организационную структуру, осуществлять разделение полномочий и ответственности на основе их делегирования;

У2.2. Анализировать организационную структуру и уметь разрабатывать предложения по ее совершенствованию;

У2.3. Планировать свою деятельность, деятельность организации и подразделений.

**Владеть:**

В2.1. Методами реализации основных управленческих функций (планирование, организация, мотивирование и контроль);

В2.2. Навыками организации работы исполнителей для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, сдача экзамена.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Логика и теория аргументации»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов  
Форма промежуточной аттестации – экзамен

**Предметная область дисциплины** включает изучение. Основных вопросов о сущности, основах и специфике логической науки; сущности мышления и содержании познавательной деятельности человека, характеристике чувственных и логических форм познавательного процесса, возможностях применения логического знания в процессе эффективного решения жизненных и профессиональных проблем, возникающих перед каждым человеком; формирует у студентов прочное научное мировоззрение и развивает способности к осмыслению логического характера и сущности современных общественных процессов в мире и в российском обществе.

**Объектами изучения** дисциплины являются формы законы и элементы мышления и их репрезентация в коммуникации: тот фрагмент мышления, который характеризует человека, когда речь идет о законах формах и элементах его мышления и умении выразить это в сложных риторических структурах для выражения доказательства собственной точки зрения.

**Основными целями** изучения дисциплины «Логика» является изучение ключевых теоретических положений, понятийного аппарата, методологических оснований логики и теории аргументации; освоение формально-логических и риторических знаний; выявление логических структур в процессе мышления и речи.

### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Логические законы, формы и элементы»

Модуль 2 «Основные формы и структуры аргументации»

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

#### **Компетенция ОК-5:**

- способность к коммуникации в устной и письменной форме на русском и иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

#### **Знать:**

З1.1. Понятия «термин», «суждения», «дедуктивное умозаключение», «индуктивное умозаключение» «гипотетическое умозаключение», «умозаключение по аналогии», «логический закон», «логическая ошибка».

З1.2. Понятие «аргументация», «тезис», «аргумент», «определение», «доказательство».

#### **Уметь:**

У1.1. Использовать основные логические формы, законы и элементы.

У1.2. Использовать основные формы, законы и элементы аргументации в процессе коммуникации.

#### **Владеть:**

В1.1. Логическими навыками анализа и синтеза информации.

В1.2. Методами построения аргументации, доказательства, определения

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий; выполнение практических работ; самостоятельная работа, подготовка реферата.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриат)  
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Основы теории коммуникации»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 4 з.е., 144 часа  
Форма промежуточной аттестации – экзамен

**Предметная область дисциплины** включает изучение феномена социальной коммуникации, ее роли и места в обществе, а также коммуникационные методы, системы, процессы и закономерности их функционирования и развития.

**Объектами изучения** в дисциплине является социальная коммуникация.

**Основной целью** дисциплины является освоение обучающимися теоретических основ коммуникации, формирование системных знаний и представлений об общих закономерностях, различных видах, уровнях и формах коммуникации.

### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Основы теории социальной коммуникации»

Модуль 2 «Концепции и модели коммуникации»

Модуль 3 «Виды и уровни коммуникации»

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

#### **Компетенция ОК-5:**

- способность к коммуникации в устной и письменной форме на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

#### **Знать:**

З1.1. историю становления, основные концепции и методологию теории коммуникации, её понятийный аппарат.

З1.2. структурные элементы коммуникации, средства, виды, уровни и ключевые особенности коммуникативного процесса.

#### **Уметь:**

У1.1. осуществлять декомпозицию коммуникативного процесса на составляющие элементы.

У1.2 анализировать коммуникативный процесс с позиций различных теоретико-методологических подходов.

#### **Владеть:**

В1.1. навыками применения современных моделей и методов социальной коммуникации в своей профессиональной деятельности.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий; выполнение практических работ; самостоятельная работа, выполнение курсовой работы.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)

Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Стилистика и литературное редактирование»**

Общий объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов

Форма промежуточной аттестации – экзамен

**Предметная область дисциплины** включает изучение особенностей стилистических ресурсов языка, функциональные разновидности русского литературного языка, редакторский анализ текстов различного типа и стилей.

**Объектами изучения** дисциплины являются употребление языка (стилей) и текст.

**Основной целью** изучения дисциплины «Стилистика и литературное редактирование» является получение знаний о речевых стилях, нормах литературного языка и правил их применения в практике, содействовать повышению речевой культуры; научить студентов методам работы литературного редактора над текстом.

#### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Стилистика русского языка»

Модуль 2 «Фразеологическая стилистика»

Модуль 3 «Литературное редактирование»

Модуль 4 «Методика работы редактора над текстом»

Модуль 5 «Виды текстов и особенности работы редактора над ними»

Модуль 6 «Работа редактора над рекламными и PR-текстами»

#### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

##### **Компетенция ОПК-3:**

- обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга.

##### **Знать:**

З1.1. Стилиевые особенности, стилистические ресурсы и нормы современного русского языка в целом и применительно к практике СМИ.

З1.2. Методы редактирования основных текстов СМИ.

##### **Уметь:**

У1.1. Ориентироваться в дискуссионных вопросах современной стилистики.

У1.2. Исправлять стилистические ошибки и речевые недочеты в процессе редактирования текста.

У1.3. Создавать основные типы рекламных текстов и документов, используемых в сфере рекламы и связей с общественностью

##### **Владеть:**

В1.1. Навыками правильной литературной речи; основными приемами литературного редактирования и копирайтинга.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий; самостоятельная работа; проведение контрольных работ, тестов; разработка презентаций, сообщений и докладов.

Направление подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Речевая коммуникация в профессиональной деятельности»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часа  
Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** включает изучение создания, передачи и анализа различных видов сообщений, а также их информационного воздействия; межличностную коммуникацию с помощью вербальных и невербальных средств, риторiku как средство управления в профессиональной деятельности, виды речевой деятельности (чтение, письмо, говорение, аудирование), исследование коммуникативных процессов, элементы конфликтологии и обучение стратегиям поведения в конфликтных ситуациях.

**Объектами изучения** в дисциплине являются основные функции, единицы и параметры речевой коммуникации, основные виды речевого общения; нормативный, коммуникативный и этический аспекты устной и письменной речи; основные функциональные разновидности речи, факторы, нормы и принципы речевого общения в профессиональной и научной сфере, приемы риторики.

**Основной целью** изучения дисциплины «Речевая коммуникация в профессиональной деятельности» является формирование умений и навыков, необходимых для эффективной речевой коммуникации в профессиональной деятельности, создание возможности для развития языковой личности в процессе профессиональной подготовки, а также формирование этических и психологических аспектов общения в рамках российской языковой культуры.

#### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Введение в учебную дисциплину. Основные понятия и определения»  
Модуль 2 «Функции языка и их реализация в речи»  
Модуль 3 «Языковые и речевые нормы в профессиональном и научном общении»  
Модуль 4 «Речевая коммуникация как процесс»  
Модуль 5 «Вербальное и невербальное, слуховое и визуальное восприятие речи»  
Модуль 6 «Коммуникация как дискурс»  
Модуль 7 «Публичные коммуникации»  
Модуль 8 «Речевой этикет в профессиональной сфере»

#### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

##### **Компетенция ОК-5:**

- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

##### **Знать:**

- 3.1.1. Сущность речевой коммуникации, ее цель и задачи,
- 3.1.2. Нормы, виды (функциональные стили, жанры) и средства литературной устной и письменной речи, теорию и практику подготовки текстов различных жанров и стилей, основные средства сбора и передачи информации;
- 3.1.3. Техники совершенствования 4-х видов речевой деятельности: аудирования, говорения, чтения и письма;
- 3.1.4. Основные речевые и этические нормы; правила использования языковых средств в зависимости от речевой ситуации и стиля речи;

##### **Уметь:**

- У.1.1. Осуществлять коммуникативную деятельность в различных профессиональных ситуациях; совершенствовать речевые умения и навыки в различных формах делового общения (беседах, переговорах, совещаниях и т.д.);
- У.1.2. Совершенствовать умения и навыки, связанные с научным стилем речи, с

подготовкой научных отчетов, курсовых работ, дипломных проектов и т. д.;

У.1.3. Совершенствовать умения и навыки, необходимые для публичных выступлений; придерживаться этических и этикетных норм речевой коммуникации; использовать психологические приемы воздействия на собеседника;

**Владеть:**

В.1.1. Коммуникативными умениями и навыками в различных ситуациях общения;

В.1.2. Умениями и навыками продуктивного чтения; умениями и навыками эффективного аудирования; умениями и навыками устной и письменной деловой речи;

В.1.3. Умениями и навыками учета психологических особенностей партнера по общению; этическими нормами и нормами речевого этикета; речевыми стратегиями и тактиками общения

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, участие в ролевых играх, написание реферата, выполнение самостоятельных тренировочных упражнений и проверочных работ.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Теория и практика массовой информации»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 4 з.е., 144 часа  
Форма промежуточной аттестации – курсовая работа, экзамен

**Предметная область дисциплины** включает изучение системы массовой информации и ее функционирования, современных моделей построения СМИ, основных направлений их развития, основ журналистского творчества.

**Объектами изучения дисциплины** являются средства массовой информации, их роль и положение в условиях современного информационного общества.

**Основной целью изучения дисциплины** «Теория и практика массовой информации» является формирование у студентов комплекса теоретических и практических знаний в области эффективной деятельности в массово-коммуникационной среде; овладением ими основами журналистского творчества, экономики и менеджмента СМИ, правовой и этической культуры деятельности журналиста.

#### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Социально-политические реформы общества и возникновение журналистики. Особенности современной журналистики»

Модуль 2 «Массовая информация и ее роль в условиях современной журналистики»

Модуль 3 «СМИ как система»

Модуль 4 «СМИ как предприятие»

Модуль 5 «Теория и методика журналистского творчества. Жанровые разновидности журналистских произведений»

Модуль 6 «Результативность журналистики»

Модуль 7 «Правовые и этические принципы организации работы СМИ»

Модуль 8 «Журналистика и связи с общественностью»

Модуль 9 «Технические средства массовой коммуникации»

#### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

##### **Компетенция ОПК-3:**

- обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга.

##### **Знать:**

31.1. Систему средств массовой информации, типологию СМИ, модели и концепции журналистики.

31.2. Жанры журналистского творчества, методы и приемы сбора и обработки информации.

##### **Уметь:**

У1.1. Анализировать и сегментировать информационный поток, отбирать социально значимую информацию.

У1.2. Создавать информационные материалы во всех медиажанрах.

У1.3. Посредством лексического и стилистического анализа текстов определять типологический компонент издания, текста.

##### **Владеть:**

В1.1. Навыками работы в журналистском коллективе.

В1.2. Приемами редактирования журналистских материалов.

В1.3. Навыками создания журналистских и PR-текстов, конструирования и усиления новостей.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, в том числе выполнение курсовой работы, подготовка к экзамену.

**Компетенция ОПК-6:**

- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

**Знать:**

З2.1. Виды массовой информации и способы ее передачи в современном обществе.

З2.2. Методы, способы и средства получения, переработки и хранения информации.

З2.3. Основные положения государственной информационной политики и доктрины информационной безопасности РФ.

**Уметь:**

У2.1. Распознавать угрозы при передаче и получении социально значимой информации.

У2.2. Перерабатывать массивы информации с помощью информационно-коммуникационных технологий.

У2.3. Решать стандартные профессиональные задачи в сфере массовой информации и общественных связей.

**Владеть:**

В2.1. Методами обеспечения информационной безопасности.

В2.2. Знаниями организации работы СМИ, пресс-центров и пресс-служб.

В2.3. Навыками общения с представителями СМИ при решении стандартных профессиональных задач.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, в том числе выполнение курсовой работы, подготовка к экзамену.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) – реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Социология массовых коммуникаций»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часов  
Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** массовая коммуникация.

**Объектом изучения** дисциплины является социология массовых коммуникаций.

**Основной целью** изучения дисциплины является изучение студентами реального функционирования института СМК в современном социуме, социологических методов исследования коммуникационной деятельности, и, в координации с другими дисциплинами специализации в области связей с общественностью, формирование системного комплекса знаний по данному направлению обучения.

#### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 Социология массовых коммуникаций как научная дисциплина. Историческая эволюция массовых коммуникаций.

Модуль 2 Средства массовой коммуникации и государственная власть: модели взаимодействия и реальная практика. СМИ, общественное мнение и социальные проблемы.

Модуль 3 Социологические методы исследования массовой коммуникации.

#### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

##### **Компетенция ОК-6:**

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

##### **Знать:**

3.1.1 приемы, способствующие снятию коммуникативных затруднений;

3.1.2 общие морально-психологические основы профессионального общения.

##### **Уметь:**

У1.1 находить общий язык с коллегами и быть компетентными в коммуникативном плане;

У.1.2 . анализировать ситуации, находить способы решения выхода из конфликтных ситуаций.

##### **Владеть:**

В1.1 навыками обобщения, анализа социально-значимых проблем и процессов в сфере коммуникации.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных занятий, практических занятий.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Психология массовых коммуникаций»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часа  
Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** включает изучение особенностей массовой коммуникации, а также влияние различных факторов на процесс коммуникации: индивидуально-психологических особенностей реципиентов и коммуникатора, мотивов и потребностей, опыта и воображения, логики и эмоций, влияние группы, влияние психологических моделей убеждающего воздействия.

**Объектами изучения** дисциплины являются процессы массовых коммуникаций.

**Основной целью** изучения дисциплины «Психология массовых коммуникаций» является формирование представления, касающихся психологических особенностей протекания массовой коммуникации, а также влияние различных факторов на процесс коммуникации: индивидуально-психологических особенностей реципиентов и коммуникатора, мотивов и потребностей, опыта и воображения, логики и эмоций, влияние группы, влияние психологических моделей убеждающего воздействия.

### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии»

Модуль 2 «Структура личности как базовосприятия информации»

Модуль 3 «Психологические модели убеждающего воздействия»

Модуль 4 «Психология процесса коммуникации»

Модуль 5 «Интерес как фактор коммуникации. Мотивация в механизме обращения аудитории к СМИ»

Модуль 6 «Психологические эффекты массовой коммуникации»

Модуль 7 «Мышление: творческое, вербальное, невербальное»

Модуль 8 «Имидж коммуникатора. Психографика»

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

#### **Компетенция ОК-6:**

- способность работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

#### **Знать:**

З1.1. Основные понятия и дискурсивные особенности массовой коммуникации.

З1.2. Групповые процессы в контексте массовой коммуникации.

#### **Уметь:**

У1.1. Раскрыть специфику и основные принципы функционирования массовой коммуникации.

У1.2. Использовать методы и технологии анализа структуры личности как базы восприятия информационных процессов.

#### **Владеть:**

В1.1. Психографическими методами сегментирования рынка.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий; самостоятельная работа; проведение контрольных работ, тестов; разработка презентаций, сообщений и докладов.

#### **Компетенция ОК-7:**

- способность к самоорганизации и самообразованию.

**Знать:**

32.1. Психологические закономерности массового поведения.

32.2. Психологические эффекты массовой коммуникации.

**Уметь:**

У1.1. Раскрыть специфику и основные принципы функционирования массовой коммуникации.

У1.2. Анализировать психологические процессы при массовых коммуникациях (внушение, убеждение, искажение информации, подражание, заражение и др.).

**Владеть:**

В2.1. Методами исследования аудитории.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий; самостоятельная работа; проведение контрольных работ, тестов; разработка презентаций, сообщений и докладов.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Технологии эффективного ведения переговоров»**

Общий объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часа  
Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** включает изучение технологий и особенностей ведения переговорного процесса в деловой и межличностной коммуникации.

**Объектами изучения** дисциплины являются процесс ведения переговоров, техники ведения эффективных переговоров, применяемые в деловом и межличностном общении.

**Основной целью** изучения дисциплины «Технологии эффективного ведения переговоров» является познание теоретических основ и овладение правилами и практическими технологиями современного переговорного процесса, развитие навыков ведения переговоров и формирование коммуникативных умений для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

#### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Понятие, функции и виды переговоров»

Модуль 2 «Методы изучения переговорного процесса»

Модуль 3 «Стратегия и тактика ведения переговоров»

Модуль 4 «Структура и этапы переговорного процесса»

Модуль 5 «Посредничество в переговорах»

Модуль 6 «Итоговые документы переговоров. Письменные переговоры.»

Модуль 7 «Коммуникативные техники»

Модуль 8 «Телефонные переговоры»

Модуль 9 «Искусство ведения переговоров»

#### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

##### **Компетенция ОК-5:**

- способность к коммуникации в устной и письменной форме на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

##### **Знать:**

З1.1. Структуру, виды стратегии и тактики осуществления эффективных межличностных и межкультурных коммуникаций.

З1.2. Этапы, виды и особенности проведения переговорного процесса.

З1.3. Основные правила и формулы ведения устного и письменного делового общения.

##### **Уметь:**

У1.1. Осуществлять подготовку к проведению переговорного процесса.

У1.2. Создавать благоприятный климат для ведения переговоров.

У1.3. Оценивать и разрабатывать возможные альтернативы переговорного соглашения, анализировать интересы, определять переговорные позиции.

##### **Владеть:**

В1.1. Приемами ведения деловых переговоров, отдельными приемами позиционного торга.

В1.2. Методикой выявления и решения проблемных ситуаций в ходе переговорного процесса.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, подготовка эссе.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)

Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 11 з.е., 396 часов

Форма промежуточной аттестации – зачет, курсовая работа, курсовой проект, экзамен

**Предметная область дисциплины** включает изучение особенностей рекламы и связей с общественностью, их значения и функций в интегрированных коммуникациях; технологий подготовки рекламных и PR-текстов; правовых и этических основ регулирования рекламной и PR-деятельности; новых видов и средств коммуникаций, их эффективности и путей ее повышения.

**Объектами изучения дисциплины** являются современные средства, приемы и технологии, особенности воздействия на целевые аудитории рекламы и связей с общественностью как форм интегрированных коммуникаций.

**Основной целью изучения дисциплины** является формирование у студентов комплекса теоретических знаний, а также практических умений и навыков в области рекламы и связей с общественностью как составных частей интегрированных коммуникаций; усвоение особенностей работы специалистов рекламы и связей с общественностью в различных структурах; достижение понимания специфики связей с общественностью в выстраивании отношений со стейкхолдерами; освоение основных принципов комплекса коммуникативных технологий, используемых в управлении имиджем и репутацией через различные каналы коммуникации, включая Интернет.

#### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Понятие, модели и средства коммуникации. Концепция интегрированных коммуникаций»

Модуль 2 «Реклама в системе общественных отношений»

Модуль 3 «Основные типы рекламы»

Модуль 4 «Реклама в системе коммуникаций»

Модуль 5 «Рекламное обращение: содержание, форма, структура»

Модуль 6 «Каналы рекламной коммуникации и средства рекламы»

Модуль 7 «Реклама в системе маркетинга»

Модуль 8 «Управление рекламой»

Модуль 9 «Правовое и этическое регулирование рекламной деятельности»

Модуль 10 «Связи с общественностью как форма коммуникации»

Модуль 11 «Субъекты и объекты PR-деятельности»

Модуль 12 «Классификация документов в связях с общественностью»

Модуль 13 «Информация и ньюсмейкинг в связях с общественностью»

Модуль 14 «PR-мероприятия, направленные на поддержание отношений со СМИ»

Модуль 15 «Устроительный PR»

Модуль 16 «Внутрикорпоративные связи с общественностью и развитие корпоративной культуры организации»

Модуль 17 «Современные технологии связей с общественностью»

Модуль 18 «Экономика связей с общественностью»

Модуль 19 «Подготовка программ в связях с общественностью»

Модуль 20 «Реклама и связи с общественностью в Интернет»

Модуль 20 «Кросс-культурные коммуникации»

Модуль 21 «Исследования в интегрированных коммуникациях»

Модуль 21 «Эффективность интегрированных коммуникаций»

Модуль 22 «Коммуникационные агентства»

Модуль 23 «Профессиональные объединения рекламистов и PR-специалистов. Стандарты профессиональной деятельности»

### Планируемые результаты обучения по дисциплине

#### Компетенция ОПК-1:

- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.

##### Знать:

31.1. Основные средства рекламного воздействия и технологии связей с общественностью.

31.2. Принципы и приемы работы с целевыми аудиториями.

31.3. Разновидности документов в связях с общественностью.

31.4. Профессиональные функции специалиста в сфере PR и рекламы.

##### Уметь:

У1.1. Участвовать в формировании эффективных внутренних и внешних коммуникаций организации.

У1.2. Формировать и поддерживать корпоративную культуру.

У1.3. Осуществлять под контролем профессиональные функции специалиста в сфере PR и рекламы.

##### Владеть:

В1.1. Приемами создания рекламных и PR-текстов и их распространения в СМИ.

В1.2. Профессиональной терминологией рекламы и связей с общественностью.

В1.3. Методами и способами разработки креативных решений в сфере рекламы и связей с общественностью.

В1.4. Навыками подготовки и организации пресс-конференций, выставок, презентаций, круглых столов и т.д.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студентов, в том числе подготовка презентаций, докладов, выполнение курсовой работы, курсового проекта, подготовка к зачету и экзаменам.

#### Компетенция ОПК-4:

- умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.

##### Знать:

32.1. Основные виды коммуникационных мероприятий и типы коммуникационных кампаний.

32.2. Приемы и технологии организации коммуникационных кампаний и мероприятий.

##### Уметь:

У2.1. Анализировать коммуникационную деятельность организации в конкретной сфере.

У2.2. Осуществлять поиск креативных решений при разработке плана коммуникационных мероприятий и кампаний, а также их организации.

##### Владеть:

В.2.1. Базовыми навыками практического применения знаний по планированию и организации рекламной и PR-деятельности.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студентов, в том числе подготовка презентаций, докладов, выполнение курсовой работы, курсового проекта, подготовка к зачету и экзаменам.

#### Компетенция ОПК-5:

- умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.

##### Знать:

33.1. Основные принципы и методы организации совместной деятельности для решения профессиональных задач.

33.2. Технологии проведения специальных мероприятий, устройств PR.

**Уметь:**

УЗ.1. Использовать традиционные и современные технологии профессиональной деятельности.

УЗ.2. Применять для более успешного проведения коммуникативных мероприятий современные средства связи и информационные технологии.

**Владеть:**

ВЗ.1. Способностью к взаимодействию с коллегами, выполнению совместных заданий в ходе проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.

ВЗ.2. Навыками выработки предложений по оптимизации этапа реализации коммуникационных кампаний и мероприятий.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студентов, в том числе подготовка презентаций, докладов, выполнение курсовой работы, курсового проекта, подготовка к зачету и экзаменам.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) - Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов  
Форма промежуточной аттестации – экзамен

**Предметная область дисциплины** включает изучение сущности и роли права как совокупности норм, регулирующих общественные отношения в сфере рекламной деятельности и средствах массовой информации; основных элементов свободы массовой информации; государственной политики в области рекламно-информационной деятельности; законодательных и этических ограничений в рекламно-информационной деятельности; регулирования рекламно-информационной деятельности в электронных СМИ.

**Объектами изучения** дисциплины являются правовые нормы, регулирующие общественные отношения в сфере рекламной деятельности и в средствах массовой информации.

**Основной целью** изучения дисциплины «Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности» - усвоение студентом сущности и роли права как совокупности норм, регулирующих общественные отношения в сфере рекламной деятельности и в средствах массовой информации; формирование профессиональных навыков работы в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта на основе высокого уровня правовой компетентности.

#### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Свобода слова и свобода информации в рекламно-информационной деятельности»

Модуль 2 «Государственная политика в области рекламно-информационной деятельности»

Модуль 3 «Правовое регулирование рекламно-информационной деятельности. Закон РФ «О средствах массовой информации». Организация деятельности редакции рекламно-информационного издания»

Модуль 4 «Законы РФ «О рекламе», «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках», «О защите прав потребителей». Законодательное и общественное регулирование рекламы»

Модуль 5 «Законодательные и этические нормы в рекламно-информационной деятельности. Закон РФ «Об авторском праве и смежных правах». Интеллектуальная собственность в рекламно-информационной деятельности»

Модуль 6 «О государственной защите нравственности и здоровья граждан и об усилении контроля за оборотом продукции сексуального характера». Законодательные и этические ограничения в рекламно-информационной деятельности»

Модуль 7 «Законодательные и этические ограничения в рекламно-информационной деятельности, связанной с личностью»

Модуль 8 «Регулирование рекламно-информационной деятельности в электронных СМИ»

Модуль 9 «Рекламно-информационная деятельность в выборных кампаниях»

#### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

##### **Компетенция ОК-4:**

-способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности.

**Знать:**

З1.1.Международные законодательные акты и федеральные законы РФ, механизмы их применения в рекламе, журналистике и связях с общественностью, их особенности, процедуры, тенденции;

З1.2.Права и обязанности всех участников профессиональной деятельности в средствах массовой информации;

З1.3.Ответственность за нарушения законодательства, российскую и зарубежную судебную практику, регулирующую рекламно-информационную деятельность.

**Уметь:**

У1.1. Применять положения Международных законодательных актов и Федеральных законов РФ в сфере рекламы, журналистики и связей с общественностью;

У1.2.Понимать права и обязанности всех участников профессиональной деятельности в средствах массовой информации.

У1.3.Использовать механизмы применения Международных законодательных актов и Федеральных законов РФ в рекламе, журналистике и связях с общественностью.

**Владеть:**

В1.1.Навыками практического использования законодательных механизмов регулирования рекламно-информационной деятельности СМИ.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, подготовка и сдача экзамена.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Интернет-издание»**

Общий объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов  
Форма промежуточной аттестации – экзамен

**Предметная область дисциплины** включает изучение особенностей интернет-изданий в системе средств массовой информации, а также трансформацию профессиональных редакторских систем при появлении электронных СМИ и Интернета.

**Объектами изучения** дисциплины являются интернет-издания и интернет-редакция.

**Основной целью** изучения дисциплины «Интернет-издания» является формирование представления о специфике и методах работы веб-изданий, особенностях менеджмента и правового обеспечения сетевого СМИ; определение места интернет-изданий в системе массовых коммуникаций.

### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Интернет-среда и веб-издание»

Модуль 2 «Интернет-издание как текстовый феномен»

Модуль 3 «Процесс подготовки веб-издания»

Модуль 4 «Интернет-редакция»

Модуль 5 «Правовые аспекты функционирования интернет-изданий»

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

#### **Компетенция ОПК-6:**

- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникативных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

#### **Знать:**

31.1. Основные понятия и дискурсивные особенности веб-среды.

31.2. Процесс работы веб-редактора над интернет-изданием.

31.3. Типологию Интернет-ресурсов и сетевых СМИ

#### **Уметь:**

У1.1. Раскрыть специфику и основные принципы функционирования интернет-изданий в современном обществе.

У1.2. Использовать методы и технологии подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, аудио-, видео-, фото-, графика) в условиях мультимедийной среды.

У1.3. Работать с информацией в глобальных компьютерных сетях с учетом информационной безопасности.

#### **Владеть:**

В1.1. Навыками грамотного анализа и объективной оценки интернет-издания.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий; самостоятельная работа; проведение контрольных работ, тестов; разработка презентаций, сообщений и докладов.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Профиль – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Организация выставочной деятельности и бизнес-презентаций»**

Общий объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часа  
Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** «Организация выставочной деятельности и бизнес-презентаций» - синтетическая практикоориентированная дисциплина, изучающая процессы подготовки и проведения выставок, технологии выставочной деятельности и базирующаяся на методологии маркетинга, организации коммерческой деятельности, интегрированных маркетинговых коммуникациях и других смежных дисциплин.

**Объектом изучения** дисциплины является выставочная деятельность.

**Основными целями** изучения дисциплины «Организация выставочной деятельности и бизнес-презентаций» являются формирование представления об основах выставочной деятельности и получение навыков в организации выставок, разработке и выборе коммуникативных средств в современных условиях.

#### **Содержание дисциплины**

Тема 1 «Выставки: основные понятия и классификации»  
Тема 2 «Цели и задачи выставочной деятельности»  
Тема 3 «Планирование и организация выставочной деятельности»  
Тема 4 «Экономические аспекты выставочной деятельности»  
Тема 5 «Проведение выставки»  
Тема 6 «Художественные средства оформления выставки»  
Тема 7 «Эффективность выставочной деятельности»  
Тема 8 «Проведение бизнес-презентаций»

#### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

##### **Компетенция ОПК-4:**

- умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.

##### **Знать:**

- 31.1. Понятийный аппарат выставочной деятельности.
- 31.2. Особенности современного выставочного процесса.
- 31.3. Основы планирования выставочной деятельности.

##### **Уметь:**

- У1.1. Ориентироваться в основных тенденциях и перспективах развития выставочной деятельности.
- У1.2. Планировать и организовывать выставочную деятельность разных профилей.
- У1.3. Сформировать концепцию выставки, цели, задачи выставочного процесса.

##### **Владеть:**

- В1.1. Культурой и самостоятельностью мышления в процессе разработки плана выставочного проекта, продвижения выставочного проекта, программы работы выставки.
- В1.2. Знаниями о художественных средствах оформления выставки.
- В1.3. Умением подготовить сопроводительные текстовые материалы к выставке.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, подготовка сообщений, докладов, презентаций.

##### **Компетенция ОПК-5:**

- умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия

##### **Знать:**

32.1. Основные технологии и методы выставочной деятельности.

32. 2. Особенности проведения и компоненты бизнес-презентации.

**Уметь:**

У2.1. Подготовить и продемонстрировать бизнес-презентацию.

У2.2. Использовать полученные знания о технологиях выставочной деятельности в совокупности со знаниями PR и рекламы, менеджмента, маркетинга.

**Владеть:**

В2.1. Готовностью к работе в междисциплинарной команде.

В2.2. Представлением об актуальных технологиях выставочной деятельности на современном этапе.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, подготовка сообщений, докладов, презентаций.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Современная пресс-служба»**

Общий объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов  
Форма промежуточной аттестации – экзамен

**Предметная область дисциплины** включает изучение особенностей и принципов организации работы пресс-службы, формы и методы работы сотрудников пресс-служб со средствами массовой информации, принципы сбора, обработки, распространения внутренней и внешней информации.

**Объектами изучения** дисциплины являются деятельность и организация современной пресс-службы.

**Основной целью** изучения дисциплины «Современная пресс-служба» является овладение студентами теоретических и практических сведений деятельности современной пресс-службы.

#### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Основные характеристики современной пресс-службы»

Модуль 2 «Инструментальный аспект работы пресс-службы»

Модуль 3 «Организация и проведение деловых встреч, интервью, презентаций, пресс-туров, конференций»

Модуль 4 «Деятельность пресс-служб органов власти и управления»

Модуль 5 «Деятельность пресс-служб негосударственных организаций»

#### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

##### **Компетенция ОПК-2:**

- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью.

##### **Знать:**

З1.1. иметь представление о функциях современной пресс-службы и современной практике ее деятельности

З1.2. типы материалов и документов, разрабатываемых пресс-службой для средств массовой информации

З1.3 иметь представление о деятельности пресс-служб в органах власти и управления и негосударственных организаций

##### **Уметь:**

У1.1. устанавливать и поддерживать коммуникативные связи со средствами массовой информации с учетом их специфики как вида массовой коммуникации

У1.2. организовывать и планировать публичные акции, проводить исследования информационного поля организации

##### **Владеть:**

В1.1. овладеть практическими профессиональными навыками в разных направлениях деятельности пресс-службы

В1.2. организацией, подготовкой и проведением мероприятий с участием СМИ.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, проведение контрольных работ, тестов; разработка презентаций, сообщений и докладов.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Основы проектирования информационных кампаний»**

Общий объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов  
Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** включает изучение особенностей основных этапов проектирования информационных кампаний с последующим применением в рамках реализации проектов в области рекламы и связях с общественностью.

**Объектами изучения** дисциплины являются информационные кампании, PR и рекламные проекты, типы планов рекламных и PR-кампаний, виды и методы исследований при проектировании в рекламе и связях с общественностью, практические инструменты, применяемые в проектировании в рекламе и связях с общественностью, варианты оценки эффективности PR-кампании.

**Основной целью** изучения дисциплины «Основы проектирования информационных кампаний» является формирование у студентов знаний и навыков проектирования информационных кампаний с максимальной эффективностью для достижения потребностей клиента и конечного потребителя.

#### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Информационная кампания»

Модуль 2 «Этапы информационной кампании»

Модуль 3 «Проектирование рекламной кампании»

Модуль 4 «Типология компаний по связям с общественностью»

Модуль 5 «Проектирование кампании по связям с общественностью»

#### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

##### **Компетенция ОПК-4:**

- умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.

##### **Знать:**

З1.1. Основы планирования в рамках реализации проекта.

З1.2. Этапы, виды и особенности проведения информационных кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.

З1.3. Алгоритм реализации проекта информационной кампании.

##### **Уметь:**

У1.1. Разрабатывать планы организации рекламных и PR-кампаний.

У1.2. На практических примерах продемонстрировать решения ряда задач, встречающихся при управлении рекламными и PR-проектами.

У1.3. Оценивать эффективность рекламных и PR-проектов.

##### **Владеть:**

В1.1. Способностью принимать участие в проектировании информационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, подготовка реферата.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### Дисциплина «Маркетинг»

Общий объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов  
Форма промежуточной аттестации – экзамен

**Предметная область дисциплины** включает изучение теоретических, методологических и практических основ маркетинговой деятельности с учетом условий рыночной среды.

**Объектами изучения** дисциплины являются современные методы, приемы и инструменты разработки и осуществления комплекса маркетинга предприятия (организации).

**Основной целью** изучения дисциплины «Маркетинг» является формирование у студентов системы теоретических знаний, практических умений и навыков в сфере маркетинговой деятельности, в том числе умения принимать обоснованные управленческие маркетинговые решения с учетом отрасли экономики.

### Содержание дисциплины

Модуль 1 «Маркетинг как философия рынка: социально-экономические аспекты»

Модуль 2 «Комплекс маркетинга и инструменты его реализации»

Модуль 3 «Сегментация рынка и анализ конкурентов»

Модуль 4 «Система маркетинговой информации и маркетинговые исследования»

Модуль 5 «Управление маркетинговой деятельностью»

Модуль 6 «Международный маркетинг»

### Планируемые результаты обучения по дисциплине

#### Компетенция ПК-2:

- владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы.

#### Знать:

31.1. Понятийный аппарат маркетинга и сущность маркетинговых концепций.

31.2. Функции маркетинга в сферах товарной политики, ценообразования, коммуникаций, сбыта.

31.3. Методы позиционирования товара и анализа рыночной среды, принципы сегментации и выбора целевых рыночных сегментов, основные конкурентные стратегии.

31.4. Алгоритм и инструменты маркетинговых исследований.

#### Уметь:

У1.1. Выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, сложившихся в сфере маркетинга, предлагать способы их решения.

У1.2. Формировать маркетинговые цели фирмы, разрабатывать стратегию и тактику маркетинга с учетом внешней и внутренней маркетинговой среды.

У1.3. Осуществлять выбор инструментальных средств для проведения маркетинговых исследований и обработки их результатов.

#### Владеть:

В1.1. Аналитическими методами оценки эффективности маркетинговой деятельности компании.

В1.2. Основами разработки комплекса маркетинга предприятия (организации), направленного на обеспечение конкурентоспособности.

В1.3. Навыками сбора, анализа и использования информации, необходимой для разработки и осуществления стратегии компании.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, в том числе подготовка доклада.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)

Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Консалтинг в связях с общественностью»**

Общий объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов

Форма промежуточной аттестации – экзамен

**Предметная область дисциплины** включает изучение особенностей использования профессиональных консалтинговых услуг в связях с общественностью.

**Объектами изучения** дисциплины являются PR-консалтинг и консультационная деятельность; консалтинговые услуги в связях с общественностью; методы, приемы, средства и PR-технологии, применяемые в работе консультантов по связям с общественностью.

**Основной целью** изучения дисциплины «Консалтинг в связях с общественностью» является получение знаний о практике современного консалтинга в России и в мире, выявление его основных черт и выработки навыков организации и планирования консультационной деятельности.

### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Теоретические основы консультирования»

Модуль 2 «Связи с общественностью как консалтинговая деятельность»

Модуль 3 «Консультант: образ, функции, коммуникативные умения и навыки»

Модуль 4 «Консультирование как процесс»

Модуль 5 «PR-стратегия как продукт PR-консультирования»

Модуль 6 «Имидж-консультирование: основные направления и техники»

Модуль 7 «Консультирование по созданию имиджа публичного политика, политической структуры»

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

#### **Компетенция ОПК-6:**

- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникативных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

#### **Знать:**

З1.1. Особенности использования услуг профессиональных PR-консультантов и консалтинговых компаний.

З1.2. Основные методы, навыки и умения работы консультанта в сфере PR.

#### **Уметь:**

У1.1. Анализировать отечественные и зарубежные теоретические источники, раскрывающие состояние консалтинга в США, странах Западной Европы и в России.

У1.2. Осмысливать возможные стратегии и эффективность консалтинговых услуг с точки зрения их соответствия замыслу и условиям реализации.

У1.3. Проводить анализ эмпирического материала и решать практические задачи, раскрывающие состояния конкретной ситуации или компании.

#### **Владеть:**

В1.1. Основными методами, средствами, приемами, техниками и технологиями PR с учетом основных требований информационной безопасности, использующих потенциал консалтинга в качестве средства достижения взаимопонимания в сфере общественных отношений.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, выполнение контрольных работ и тестов.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)

Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### Дисциплина «Медиапланирование»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 4 з.е., 144 часа

Форма промежуточной аттестации – курсовая работа, экзамен

**Предметная область дисциплины** включает изучение процесса выбора средств и методов распространения рекламной информации на основе данных об аудитории СМИ для наиболее эффективного достижения целей и задач рекламной кампании.

**Объектами изучения** дисциплины являются система средств массовой информации и их потенциал с точки зрения рекламы, система планирования и покупки рекламного пространства, основные тенденции развития СМИ в России и за рубежом.

**Основной целью** изучения дисциплины является освоение принципов и методов разработки медиапланов рекламных кампаний; изучение технологий оценки эффективности рекламы; формирование системного представления об основных тенденциях рекламного и медиарынка, а также навыков проведения аналитической деятельности в области медиаисследований и медиаизмерений.

#### Содержание дисциплины

Модуль 1 «Медиапланирование как сфера деятельности в рекламе и PR»

Модуль 2 «Анализ исходных данных о рынке, товаре (услуге) и целевой аудитории»

Модуль 3 «Характерные особенности СМИ как рекламоносителей: преимущества и недостатки. Критерии выбора эффективных медиаканалов»

Модуль 4 «Психология памяти в медиапланировании»

Модуль 5 «Основные показатели медиапланирования»

Модуль 6 «Разработка медиастратегии. Формирование медиапланов размещения рекламы в СМИ»

Модуль 7 «Медиаисследования в медиапланировании. Оценка эффективности рекламной и PR-кампании»

#### Планируемые результаты обучения по дисциплине

##### Компетенция ПК-1:

- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.

##### Знать:

- 31.1. основополагающие понятия и категории медиапланирования.
- 31.2. Преимущества и недостатки конкретных рекламоносителей.
- 31.3. Медиастратегии, принципы и технологии разработки медиапланов.
- 31.4. Подходы к оценке эффективности коммуникационных кампаний.

##### Уметь:

- У1.1. Применять критерии выбора эффективных медианосителей.
- У1.2. Рассчитывать базовые показатели медиапланирования.
- У1.3. Составлять тактический медиаплан рекламной или PR-кампании по конкретному техническому заданию.

##### Владеть:

- В1.1. Навыками формирования медиа-микса в соответствии с бюджетом коммуникационной кампании.

В1.2. Методами оценки эффективности рекламной и PR-деятельности.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, в том числе выполнение курсовой работы, подготовка к экзамену.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### Дисциплина «Спичрайтинг и копирайтинг»

Общий объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часа  
Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** включает изучение технологий и особенностей написания материалов, которые используются в письменных докладах, публичных выступлениях, рекламных и PR-текстах.

**Объектами изучения** дисциплины являются спичрайтерский текст, публичная речь как род коммуникативной деятельности, специфика PR-текстов, специфика рекламных текстов, копирайтинг как инструмент рекламы.

**Основной целью** изучения дисциплины «Спичрайтинг и копирайтинг» является формирование системы теоретических знаний и практических умений в области спичрайтинга и копирайтинга и их успешному применению в рекламной и PR-деятельности.

### Содержание дисциплины

Модуль 1 «Спичрайтинг как PR-профессия и технология»  
Модуль 2 «Спичрайтерский текст и его характеристики»  
Модуль 3 «Подготовка к публичному выступлению»  
Модуль 4 «Особенности аудитории при подготовке к публичному выступлению»  
Модуль 5 «Письменная коммуникация в рамках PR-деятельности»  
Модуль 6 «PR-документы, обеспечивающие работу со СМИ»  
Модуль 7 «Рекламные тексты»  
Модуль 8 «Невербальные компоненты рекламного текста»

### Планируемые результаты обучения по дисциплине

#### Компетенция ОПК-3:

- обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга.

#### Знать:

31.1. Основные категории спичрайтинга и копирайтинга.

31.2. Этапы подготовки материалов публичного выступления и написания рекламного текста.

31.3. Особенности аудитории, способы и приемы усиления внимания аудитории.

#### Уметь:

У1.1. Ориентироваться в современных научных концепциях, грамотно ставить и решать задачи в области спичрайтинга и копирайтинга.

У1.2. Видеть взаимосвязь различных жанровых моделей спичрайтинга и копирайтинга.

У1.3. Оценивать эффективность воздействия текстов разных стилей и жанров.

#### Владеть:

В1.1. Современными технологиями и средствами организации рекламной и PR-коммуникации.

В1.2. Навыками создания спичрайтерского и копирайтерского текста, навыками литературного редактирования.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, написание реферата.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)

Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Реклама и связи с общественностью в бизнесе»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 4 з.е., 144 часа

Форма промежуточной аттестации – курсовая работа, экзамен

**Предметная область дисциплины** включает изучение основных видов коммерческой рекламы; принципов организации PR-структур в бизнесе; инструментов рекламного и PR-воздействия на целевые аудитории; специфику организации и проведения коммуникационных кампаний для различных сегментов рынка; подходов к оценке эффективности средств рекламы и связей с общественностью.

**Объектами изучения дисциплины** являются средства и инструменты рекламы и связей с общественностью, используемые в целях эффективной реализации коммуникативной политики компаний в современной бизнес-среде.

**Основной целью изучения дисциплины** является формирование у студентов знаний, умений и навыков в области теории и практики применения классических и современных технологий рекламы и связей с общественностью в коммерческой сфере.

#### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Внешняя среда современной коммерческой компании»

Модуль 2 «PR и реклама в бизнесе: слияние или дифференциация?»

Модуль 3 «Коммерческая и спонсорская реклама»

Модуль 4 «Организационные PR-структуры в бизнесе: функции, задачи, принципы деятельности»

Модуль 5 «Деловая репутация как важнейший канал информации о компании. Рекламные и PR-технологии создания корпоративного имиджа»

Модуль 6 «Построение эффективных внешних и внутренних коммуникаций коммерческой организации. Продвижение компании в целевых аудиториях»

Модуль 7 «Организация, планирование и проведение коммуникационных кампаний в бизнесе»

Модуль 8 «Особенности корпоративных коммуникаций в кризисной ситуации»

Модуль 9 «Методы анализа и оценки эффективности рекламных и PR-коммуникаций в бизнесе»

#### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

##### **Компетенция ПК-1:**

- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.

##### **Знать:**

31.1. Базовые характеристики и элементы внешнего окружения коммерческой организации, оказывающие воздействие на выбор ее коммуникативной стратегии.

31.2. Принципы построения рекламного отдела, PR-подразделения в бизнесе.

31.3. Комплекс внутренних и внешних рекламных и PR-коммуникаций современной коммерческой организации.

##### **Уметь:**

У1.1. Оперативно планировать коммуникации коммерческой организации и контролировать их эффективность при взаимодействии с целевыми аудиториями потребителей, представителями гос. служб, финансового и делового сообщества.

У1.2. Оценивать влияние средств рекламы и связей с общественностью на процесс решения задач позиционирования организации, создания её благоприятного имиджа, продвижения товаров и услуг.

**Владеть:**

В1.1. Приемами рекламного и PR-сопровождения процесса продвижения товаров и услуг на рынок.

В1.2. Навыками планирования коммуникационных мероприятий, направленных на создание и укрепление корпоративного имиджа.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, в том числе выполнение курсовой работы, подготовка к экзамену.

**Компетенция ПК-6:**

- способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

**Знать:**

32.1. Значение и возможности современных информационно-коммуникативных технологий с позиций бизнеса.

32.2. Принципы построения эффективной коммуникационной инфраструктуры компании в бизнес-сфере.

**Уметь:**

У2.1. Планировать, организовывать и обеспечивать внутренние и внешние коммуникации коммерческой организации со стейкхолдерами.

**Владеть:**

В2.1. Инструментами оценки экономической и коммуникационной эффективности рекламных и PR-мероприятий и кампаний.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, в том числе выполнение курсовой работы, подготовка к экзамену.

**Компетенция ПК-7:**

- способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

**Знать:**

33.1. Основные этапы планирования, подготовки и проведения коммуникационных мероприятий и кампаний.

33.2. Принципы и технологии организаций различных видов коммуникационных кампаний по типу взаимоотношений в системе экономического, политического и социального маркетингового комплекса.

**Уметь:**

У3.1. Применять знания теоретико-методологических, организационных и коммуникационных основ информационных кампаний для решения практических задач.

У3.2. Анализировать тенденции развития рекламных и PR-технологий и выработать рекомендации по вопросам выбора стратегии коммуникативной политики коммерческой организации.

**Владеть:**

В3.1. Приемами стратегического и тактического планирования при подготовке и проведении коммуникационных мероприятий и кампаний.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, в том числе выполнение курсовой работы, подготовка к экзамену.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

**Дисциплина «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ  
в рекламе и связях с общественностью»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 4 з.е., 144 часа  
Форма промежуточной аттестации – курсовая работа, экзамен

**Предметная область дисциплины** включает изучение особенностей применения алгоритма ситуационного анализа в зависимости от типа коммуникационной кампании; этапов планирования маркетингового исследования и принципов определения выборки; методов маркетинговых исследований в сфере рекламы и связей с общественностью; методов анализа полученных результатов и форм их представления в итоговом отчете.

**Объектами изучения** дисциплины являются техники, методы и инструменты маркетинговых исследований и ситуационного анализа, а также возможности и направления их учета при разработке плана коммуникационных кампаний и мероприятий.

**Основной целью** изучения дисциплины является формирование у студентов знаний и умений в области теории и практики применения технологии ситуационного анализа и маркетинговых исследований на разных этапах планирования, организации и проведения рекламных и PR-мероприятий и кампаний.

**Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Ситуационный анализ: этапы формирования метода, понятийный аппарат»

Модуль 2 «Цели проведения ситуационного анализа и использование его результатов на разных этапах PR-деятельности»

Модуль 3 «Алгоритм технологии ситуационного анализа»

Модуль 4 «Методические основы маркетинговых исследований в рекламе и PR»

Модуль 5 «Разработка плана маркетингового исследования. Процесс выборки»

Модуль 6 «Методы анализа данных»

Модуль 7 «Обработка и анализ маркетинговой информации»

Модуль 8 «Составление отчета о ситуационном анализе и маркетинговом исследовании в рекламе и связях с общественностью»

**Планируемые результаты обучения по дисциплине**

**Компетенция ПК-7:**

- способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

**Знать:**

31.1. Роль маркетинговых исследований и ситуационного анализа на этапе планирования, подготовки и оценки эффективности коммуникационных мероприятий и кампаний.

31.2. Этапы, алгоритм проведения ситуационного анализа и маркетинговых исследований.

31.3. Принципы ситуационного анализа и методы маркетинговых исследований.

**Уметь:**

У1.1. Систематизировать и обрабатывать качественную и количественную эмпирическую информацию.

У1.2. Оценивать результаты ситуационного анализа и маркетингового исследования и применять их при планировании коммуникационных кампаний и мероприятий.

**Владеть:**

В1.1. Организационно-методическими основами подготовки и проведения ситуационного анализа и маркетинговых исследований.

В1.2. Навыками планирования, организации и проведения рекламных и PR-кампаний с учетом результатов ситуационного анализа и маркетинговых исследований.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, в том числе выполнение курсовой работы, подготовка к экзамену.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Психотехнологии делового общения»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часа  
Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** включает изучение структуры деловой коммуникации и особенности применения в ней вербальных и невербальных психотехнологий.

**Объектами изучения** дисциплины является сфера деловой коммуникации.

**Основной целью** изучения дисциплины «Психотехнологии делового общения» является формирование знаний, умений и навыков по применению вербальных и невербальных психотехнологий в сфере деловой коммуникации.

### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Теория и методология делового общения»

Модуль 2 «Нейролингвистическое программирование в деловом общении»

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

#### **Компетенция ПК-6:**

– способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;

#### **Знать:**

- 31.1 психологические основы коммуникации, её структуру и функции, виды и средства.
- 31.2. основные концепции и методологию психологии деловой коммуникации.
- 31.3. модели и методы коммуникативных психотехнологий.

#### **Уметь:**

- У1.1. анализировать и оценивать стратегии участников конкретного коммуникативного процесса.
- У1.2 осуществлять рефлексивное и нереплексивное воздействие на собеседника.

#### **Владеть:**

- В1.1. навыками выстраивания стратегии правомерного психического воздействия на собеседника.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий; выполнение практических работ; самостоятельная работа, выполнение реферата.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Информационный аудит»**

Общий объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часа  
Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** включает изучение и анализ материалов средств массовой информации и Интернета в целях составления медиапортрета организации/ персоны/ территории.

**Объектами изучения** дисциплины являются медиа анализ, методики и технологии медиа измерений, аналитическая работа со средствами массовой информации.

**Основной целью** изучения дисциплины «Информационный аудит» является сформировать у обучающихся представление о комплексном подходе в анализе и оценке эффективности рекламной и PR-деятельности.

#### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Информационный аудит и составление медиапортрета»

Модуль 2 «Информационный и коммуникационный аудит»

Модуль 3 «Медиа аналитика и анализ текстов»

Модуль 4 «Количественные исследования»

Модуль 5 «Качественные исследования»

Модуль 6 «Аудит информационной безопасности»

#### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

##### **Компетенция ОПК-6:**

- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

##### **Знать:**

З1.1. Основные характеристики составления медиапортрета.

З1.2. Методы измерения эффективности PR-деятельности.

##### **Уметь:**

У1.1. Выявлять сильные и слабые места в PR-деятельности на основании данных полученных при проведении информационного аудита.

У1.2. Организовывать безопасную работу в сети Интернет при проведении информационного аудита.

##### **Владеть:**

В1.1. Основными методологическими навыками для успешной реализации исследований и технологиями оценивания результатов коммуникационных кампаний.

В1.2. Способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности с применением информационно-коммуникационных технологий.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, подготовка реферата.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Избирательные технологии»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 4 з.е., 144 часа  
Форма промежуточной аттестации – курсовая работа, экзамен

**Предметная область дисциплины** включает изучение элементов стратегического планирования и тактики организации и реализации избирательных кампаний различного уровня, технологий формирования имиджа кандидата на выборную должность, технологий общения с избирателями и политическими оппонентами, рекламных и медиатехнологий избирательного процесса.

**Объектами изучения дисциплины** являются технологии политической коммуникации, применяемые в избирательных кампаниях в современном российском обществе.

**Основной целью изучения дисциплины «Избирательные технологии»** является формирование у студентов знаний в области теории и практики применения коммуникативных технологий в избирательном процессе.

### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Избирательные кампании как особый вид PR-деятельности»

Модуль 2 «Целевые аудитории PR в политической коммуникации»

Модуль 3 «Этапы избирательной кампании и формирование электорального мнения и поведения»

Модуль 4 «Технологии формирования имиджа политика»

Модуль 5 «Медиатехнологии избирательной кампании»

Модуль 6 «Технологии групповой и межличностной коммуникации в избирательной кампании. Спичрайтинг и дебаты»

Модуль 7 «Прямая политическая реклама как избирательная технология»

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

#### **Компетенция ОПК-4:**

- умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.

#### **Знать:**

31.1. Структуру и содержание избирательного процесса.

31.2. Специфику целевых аудиторий избирательных кампаний.

31.3. Основные характеристики избирательных технологий и механизм их реализации в избирательной кампании.

31.4. Особенности и содержание некорректных избирательных технологий.

#### **Уметь:**

У1.1. Ориентироваться в реальных электоральных ситуациях.

У1.2. Оценивать ход избирательной кампании, исходя из политического и социально-экономического процесса.

У1.3. Определять комплекс избирательных технологий, необходимых для эффективного решения конкретной задачи.

#### **Владеть:**

В1.1. Способностью к анализу технологий, применяемых в ходе избирательных кампаний.

В1.2. Навыками планирования и организации избирательной кампании и отдельных мероприятий.

В1.3. Методами оценки эффективности их реализации.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, в том числе выполнение курсовой работы, подготовка к экзамену.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)

Направленность (профиль) - Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

**Дисциплина «Организация деятельности подразделения / агентства / специалиста по рекламе и связям с общественностью»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 4 з.е., 144 часа

Форма промежуточной аттестации – курсовая работа, экзамен

**Предметная область дисциплины** включает изучение основных теоретических и практических вопросов управления общественными отношениями, сущности понятия «связи с общественностью», целей, места и функций публичных релейшнз в системе управления организацией, рекламы и другого инструментария управления общественными взаимодействиями.

**Объектами изучения дисциплины** являются функционально-организационные принципы построения и организации деятельности отдела (агентства, специалиста) по рекламе и связям с общественностью.

**Основной целью изучения дисциплины** является получение теоретических знаний о принципах построения и организации деятельности отдела, агентства, специалиста по рекламе и связям с общественностью, а также практических навыков в решении задач стратегического и оперативного управления отделом, проектирования систем управления, разработки организационно-распорядительных документов, анализа эффективности деятельности.

**Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Теоретико-методические аспекты организации работы отдела рекламы и связей с общественностью в структуре организации»

Модуль 2 «Планирование и бюджетирование деятельности отдела рекламы и связей с общественностью»

Модуль 3 «Задачи и принципы работы исследовательского сегмента отдела по рекламе и связям с общественностью»

Модуль 4 «Задачи и принципы работы творческого сегмента отдела по рекламе и связям с общественностью»

Модуль 5 «Задачи и принципы работы аналитического сегмента отдела по рекламе и связям с общественностью»

Модуль 6 «Задачи и принципы работы производственного сегмента отдела по рекламе и связям с общественностью»

Модуль 7 «Деятельность отдела по рекламе и связям с общественностью в реализации корпоративной политики»

Модуль 8 «Организация работы сектора рекламы в структуре отдела по рекламе и связям с общественностью»

Модуль 9 «Профессиональные обязанности и качества специалистов отдела по рекламе и связям с общественностью»

Модуль 10 «Практические особенности функционирования отделов рекламы и связей с общественностью в современных организациях»

Модуль 11 «Организационные формы в рекламной деятельности и связях с общественностью. Типовой вариант специализированной фирмы (агентства) по рекламе и связям с общественностью»

**Планируемые результаты обучения по дисциплине**

**Компетенция ОПК-2:**

- владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью.

**Знать:**

- 31.1. Организационную структуру предприятия;
- 31.2. Роль и функции отдела рекламы и связей с общественностью в организации;
- 31.3. Практические особенности функционирования отделов рекламы и связей с общественностью в современных организациях.

**Уметь:**

- У1.1. Проводить мероприятия по повышению имиджа и репутации организации;
- У1.2. Находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и нести за них ответственность;
- У1.3. Принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью отдела, фирмы.

**Владеть:**

- В1.1. Навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве;
- В1.2. Понятийным аппаратом в сфере рекламы и PR.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, подготовка и сдача экзамена.

**Компетенция ПК-2:**

- владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы.

**Знать:**

- 32.1. Специфику взаимодействия отдела с другими подразделениями организации;
- 32.2. Методы оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью.

**Уметь:**

- У2.1. Оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;
- У2.2. Осуществлять оперативное планирование и организацию рекламной деятельности и связей с общественностью.

**Владеть:**

- В2.1. Навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности, деятельности отдела по рекламе и связям с общественностью, агентства;
- В2.2. Навыками создания условий для вертикальной и горизонтальной коммуникации между подразделениями с целью обеспечения информационной поддержки производственной деятельности организации.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, подготовка и сдача экзамена.

**Компетенция ПК-3:**

- владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами.

**Знать:**

- 33.1. Основные принципы формирования корпоративной культуры и взаимодействия с персоналом;
- 33.2. Специфику взаимодействия отдела с другими подразделениями организации.

**Уметь:**

- У3.1. Создавать и поддерживать благоприятный психологический климат в коллективе;
- У3.2. Создавать и поддерживать мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации.

**Владеть:**

- В3.1. Навыками вовлечения персонала в жизнь организации.
- В3.2. Навыками мониторинга внутреннего информационного окружения.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, подготовка и сдача экзамена.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)

Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Оценка эффективности интегрированных коммуникаций»**

Общий объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов

Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** включает изучение наиболее эффективных коммуникаций для планирования коммуникационных компаний на основе концепции интегрированных коммуникаций.

**Объектами изучения** дисциплины являются интегрированные коммуникации, рекламная и PR- деятельность, экономическая эффективность.

**Основной целью** изучения дисциплины «Оценка эффективности интегрированных коммуникаций» является сформировать у обучающихся представление о методиках расчета синергетического эффекта от применения интегрированных коммуникаций в рекламной и PR-деятельности.

#### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Понятие и основные методы оценки эффективности интегрированных коммуникаций»

Модуль 2 «Методы исследования и оценки эффективности рекламы»

Модуль 3 «Методы оценки качества PR-деятельности»

Модуль 4 «Пути повышения эффективности интегрированных коммуникаций в современных условиях»

#### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

##### **Компетенция ПК-1:**

- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

##### **Знать:**

З1.1. Основные методы оценки эффективности интегрированных коммуникаций.

З1.2. Основные принципы, функции и приемы менеджмента в рекламе.

##### **Уметь:**

У1.1. Организовывать сбор и обработку необходимых данных для анализа интегрированных коммуникаций.

У1.2. Проводить диагностику коммуникационных ситуаций.

##### **Владеть:**

В1.1. Приемами и методами эффективных рекламных решений.

В1.2. Методиками расчета экономической эффективности применения интегрированных коммуникаций.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, подготовка реферата.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) - Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Управление персоналом»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов  
Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** включает изучение вопросов, касающихся отношений между организацией и людьми в процессе управления их деятельностью для создания обстановки, способствующей реализации трудового потенциала сотрудников с целью осуществления их личных и организационных целей. В рамках дисциплины рассмотрены процессы формирования, поддержки, сохранения и развития человеческих ресурсов в организации, практика управления персоналом в крупнейших компаниях мира.

**Объектами изучения дисциплины** является система управления человеческими ресурсами в организации с учетом воздействия на нее внутреннего и внешнего окружения.

**Основной целью изучения дисциплины** «Управление персоналом» является формирование у студента целостной системы знаний о закономерностях становления и развития подсистемы управления человеческими ресурсами организации как важнейшего элемента системы управления организацией в целом, а также освоение студентом навыков и умений управления персоналом организации.

#### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Персонал организации как объект управления»  
Модуль 2 «Место и роль управления персоналом в системе управления организацией»  
Модуль 3 «Принципы управления персоналом»  
Модуль 4 «Функциональное разделение труда и организационная структура службы управления персоналом»  
Модуль 5 «Кадровое, информационное, техническое и правовое обеспечение системы управления персоналом»  
Модуль 6 «Кадровая политика и планирование трудовых ресурсов»  
Модуль 7 «Набор персонала»  
Модуль 8 «Отбор и оценка персонала»  
Модуль 9 «Профориентация и адаптация персонала»  
Модуль 10 «Планирование деловой карьеры»  
Модуль 11 «Обучение персонала»  
Модуль 12 «Мотивация в процессе управления персоналом»  
Модуль 13 «Управление поведением персонала»  
Модуль 14 «Социальная и экономическая эффективность управления персоналом»

#### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

##### **Компетенция 1 - ОК-6:**

- способность работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

##### **Знать:**

31.1. Базовые ценности мировой культуры и их роль в личностном и общекультурном развитии.

31.2 Основы современной философии и концепций управления персоналом.

31.3 Сущность и задачи, закономерности, принципы и методы управления персоналом.

##### **Уметь:**

У1.1.Критически оценивать личные достоинства и недостатки, конструктивно

реагировать на критику в свой адрес.

У1.2 Диагностировать и анализировать социально-экономические проблемы и процессы в организации.

У1.3 Отстаивать свою точку зрения, не разрушая отношения в коллективе.

У1.4 Применять теоретические положения в управленческой деятельности по отношению к персоналу

**Владеть:**

В1.1. Методами формирования и поддержания этичного климата в организации, создания социально-ответственного имиджа организации.

В1.2. Навыками к кооперации с коллегами, к работе на общий результат.

В1.3 Навыками организации и координации взаимодействия между людьми, контроля и оценки эффективности их деятельности.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, подготовка и сдача зачета.

**Компетенция ПК-3:**

- владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами.

**Знать:**

32.1 Основные формы работы с персоналом, принципы и способы управления конфликтами в коллективе.

32.2 Требованиям к профессиональному подбору работников, формы и методы обучения кадров.

32.3 Общие понятия о мотивации в процессе управления персоналом.

32.4 Сущность и общие понятия по адаптации и перемещениям работников предприятия.

32.5 Методики оценки кадров.

**Уметь:**

У2.1 Проводить аналитическую работу с кадрами в целях формирования стабильных коллективов и управления конфликтами в организации.

У2.2 Правильно принимать решения по управлению персоналом в соответствии с действующим законодательством и коллективными договорами.

У2.3 Применять на практике знание теоретических основ управления персоналом.

**Владеть:**

В2.1 Методами расчета основных показателей состояния и динамики персонала организации.

В2.2 Методами и технологиями планирования и реализации кадровой стратегии, мотивации трудовой деятельности, обучения и развития персонала, регулирования конфликтов и трудовых споров.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, подготовка и сдача зачета.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Сторителлинг в рекламе и связях с общественностью»**

Общий объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов  
Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** включает изучение сторителлинга как эффективной технологии в организации и составлении текстов в рекламной и PR-деятельности.

**Объектами изучения** дисциплины являются навыки создания и приемы донесения сторителлинга, сюжеты и нарративы; компоненты истории в технологии сторителлинга; мифологические сюжеты и архитипические образы, используемые в технологии сторителлинга.

**Основной целью** изучения дисциплины «Сторителлинг в рекламе и связях с общественностью» является сформировать у обучающихся представление о сторителлинге как эффективной информационно-коммуникативной технологии, применяемой в рекламных и PR-текстах.

#### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Сторителлинг как информационно-коммуникативная технология»

Модуль 2 «Сторителлинг в рекламе»

Модуль 3 «Сторителлинг в PR-деятельности»

Модуль 4 «Способы «рассказывания историй»

Модуль 5 «Навыки создания сторителлинга и приемы его донесения»

#### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

##### **Компетенция ОПК-3:**

- обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга.

##### **Знать:**

З1.1. Основные характеристики сторителлинга.

З1.2. Особенности применения технологии сторителлинга в рекламной и PR-деятельности.

##### **Уметь:**

У1.1. Использовать возможности сторителлинга при создании рекламных текстов для улучшения восприятия бренда.

У1.2. Использовать возможности сторителлинга при создании PR-текстов для повышения имиджа и репутации субъекта PR.

##### **Владеть:**

В1.1. Навыками создания сторителлинга и приемами его донесения.

В1.2. Навыками копирайтинга по написанию и редактированию историй для внешних и внутренних общественных групп.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, подготовка эссе.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) - Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Анализ поведения потребителей»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часа  
Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** включает изучение механизмов поведения потребителей в процессе выбора ими товаров, услуг, идей или опыта их приобретения, а также возможности использования этих механизмов для достижения главной цели маркетинга - удовлетворения нужд и желаний потребителя.

**Объектами изучения** дисциплины являются потребительское поведение и технологии формирования и поддержания спроса потребителей на товары или услуги, используемые их производителями и продавцами.

**Основной целью** изучения дисциплины «Анализ поведения потребителей» является формирование системных знаний факторов и процессов поведения потребителей и умений комплексного использования этих знаний в разработке маркетинговых решений.

### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Место изучения поведения потребителей в комплексе маркетинга»  
Модуль 2 «Культура как внешний фактор, влияющий на поведение потребителей»  
Модуль 3 «Влияние внешних факторов социального характера на поведение потребителей»  
Модуль 4 «Влияние групп и групповых коммуникаций на поведение потребителей»  
Модуль 5 «Влияние мотивации, личности и эмоций на поведение потребителей»  
Модуль 6 «Восприятие объекта потребления»  
Модуль 7 «Обучение потребителя и позиционирование продукта. Формирование отношения потребителей к продукту потребления»  
Модуль 8 «Жизненный стиль, как фактор поведения потребителей»  
Модуль 9 «Формирование знаний и отношения потребителя к продукту»  
Модуль 10 «Процесс принятия решения потребителем»  
Модуль 11 «Процессы осознания потребностей в потреблении и информационного поиска»  
Модуль 12 «Оценка и выбор альтернатив при покупке. Покупка»  
Модуль 13 «Процессы после покупки, их влияние на дальнейшее поведение потребителя»  
Модуль 14 «Потребительское поведение организаций»

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

#### **Компетенция ПК-7:**

-способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

#### **Знать:**

31.1. Современное состояние и тенденции развития мирового и российского рынка, влияющих на поведение потребителей и маркетинговые решения;

31.2. Факторы внешнего (социально обусловленного) и внутреннего (психологически обусловленного) влияния на процесс принятия потребителем решения о покупке;

31.3. Модели потребительского поведения и методы управления им в процессе разработки комплекса маркетинговых решений.

#### **Уметь:**

У1.1. Проводить расчет емкости рынка;

У1.2. Идентифицировать рынок продавца и рынок покупателя;

У1.3. Отбирать критерии для проведения сегментации рынка;

У1.4. Использовать модели потребительского поведения и методы управления им в

процессе разработки комплекса маркетинговых решений

**Владеть:**

В1.1. Методами разработки и реализации маркетинговых программ по удовлетворению потребностей покупателей;

В1.2. Технологиями эффективного влияния на формирование потребительского поведения;

В1.3. Инструментальными средствами для обработки данных маркетинговых исследований при формировании потребительских предпочтений;

В1.4. Современными техническими средствами и информационными технологиями.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, подготовка и сдача зачета.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) - Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Технологии манипулирования общественным мнением»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часа  
Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** включает изучение особенностей формирования общественного мнения и манипулирования как вида психологического воздействия, используемого для достижения одностороннего выигрыша посредством скрытого побуждения партнера по общению к совершению определенных действий.

**Объектами изучения** дисциплины являются технологии манипулирования общественным сознанием на всем пространстве социального общения личности и деловых (общественных) структур в целях воздействия на социальные процессы и системы различного уровня.

**Основной целью** изучения дисциплины «Технологии манипулирования общественным мнением» является ознакомление студентов с существующими технологиями манипулирования общественным мнением, формирование у студентов навыков распознавания и понимания инструментов манипуляции общественным мнением.

### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Определение основных понятий и специфики дисциплины»  
Модуль 2 «Возникновение и история развития представлений о роли общественного мнения»  
Модуль 3 «История разработки и применения технологий манипуляции общественным мнением»  
Модуль 4 «Технологии манипулирования общественным мнением в рекламе»  
Модуль 5 «Особенности использования современных политтехнологий»  
Модуль 6 «Структура общественного мнения и инструменты воздействия на его элементы. Технологии воздействия на чувства и эмоции»  
Модуль 7 «Технологии воздействия на сознание»

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

#### **Компетенция ПК-6:**

- способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

#### **Знать:**

31.1. Историю возникновения и развития технологий манипулирования общественным мнением;

31.2. Основные теоретические подходы к пониманию феномена общественного мнения;

31.3. Особенности процессов влияния манипулятивных методов и технологий на общественное мнение.

#### **Уметь:**

У1.1. Ориентироваться в классических и современных теориях, применять их аналитические ресурсы к анализу современных социокультурных явлений.

#### **Владеть:**

В1.1. Методологическим инструментарием, навыками критического восприятия информации;

В1.2. Понятийным аппаратом в сфере манипулирования общественным мнением;

В1.3. Рефлексивным подходом к изучению феноменов общественного мнения.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, сдача зачета.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Сетевые коммуникации в современном обществе»**

Общий объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов  
Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** включает изучение сетевых коммуникаций в современном обществе. Широкое развитие интернет-технологий превратило сетевые коммуникации в стратегический ресурс, позволяющий субъектам сетевой коммуникации активно участвовать в информационном обмене.

**Объектами изучения** дисциплины являются сетевые коммуникации, социальные сети, коммуникационные процессы, социальные сетевые сервисы, сетевые технологии в современном обществе.

**Основной целью** изучения дисциплины «Сетевые коммуникации в современном обществе» является сформировать у обучающихся представление о возможностях сетевых коммуникаций, а также привитие навыков, необходимых для работы с информационно-коммуникативными технологиями.

#### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Современное общество как общество сетевых структур»

Модуль 2 «Социальные сети как механизм конструирования коммуникации в современном обществе»

Модуль 3 «Мультифункциональность сетевых коммуникаций в современном обществе»

Модуль 4 «Сетевые коммуникации как источник информационных угроз»

Модуль 5 «Управление коммуникационными процессами в социальных сетях»

Модуль 6 «Сетевые коммуникации в рекламной и PR-деятельности»

#### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

##### **Компетенция ОПК-6:**

- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

##### **Знать:**

З1.1. Структуру и основные характеристики современных сетевых коммуникаций.

З1.2. Основные требования информационной безопасности.

##### **Уметь:**

У1.1. Использовать возможности информационных технологий на всех необходимых этапах решения прикладных задач.

У1.2. Организовывать безопасную работу в сети Интернет.

##### **Владеть:**

В1.1. Навыками управления коммуникационными процессами в социальных сетях.

В1.2. Способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности с применением информационно-коммуникационных технологий.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, подготовка реферата.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

**Дисциплина «Физическая культура»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часа  
Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметом изучения дисциплины** является изучение содержания, закономерностей, механизмов и специфики процесса по формированию личности в условиях занятий физическими упражнениями и спортивной деятельностью.

**Объектом изучения дисциплины** является спортивная деятельность и человек, занимающийся ею, его обучение, развитие и достижение высоких личных спортивных результатов.

**Основной целью изучения дисциплины** является формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей профессиональной деятельности.

**Содержание дисциплины**

- Модуль 1 «Основы здорового образа жизни студента»
- Модуль 2 «Основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями»
- Модуль 3 «Физическая подготовка. Ее виды. Характеристика каждого вида подготовки»
- Модуль 4 «Разминка. Виды разминки. Цели и задачи разминки»
- Модуль 5 «Развитие силы. Характеристика средств и методов воспитания силы»
- Модуль 6 «Легкая атлетика. Подготовка студентов к сдаче контрольных тестов по легкой атлетике»
- Модуль 7 «Оздоровительный бег. Основы здорового образа жизни студента»
- Модуль 8 «Валеология – наука о здоровом образе жизни человека»
- Модуль 9 «Волейбол – один из разделов физической подготовки студентов»
- Модуль 10 «Психологическая подготовка волейболиста»
- Модуль 11 «Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студента»
- Модуль 12 «Гигиенические требования и меры по технике безопасности на занятиях по физической культуре и спорту»
- Модуль 13 «Физическая подготовка студентов с ослабленным здоровьем»

**Планируемые результаты обучения по дисциплине**

**Компетенция ОК-8:**

- способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

**Знать:**

З1.1. Научно-практические основы физической культуры и здорового образа жизни.

**Уметь:**

У1.1. Использовать творческие средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни

**Владеть:**

В1.1. Средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных занятий, написание и защита реферата, или выполнение тестовых заданий.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Тренинг креативности»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часа  
Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** включает формирование компетенций и их компонентов: в рамках приобретения опыта креативного мышления, новых деловых и психологических качеств, более глубокого понимания сути дела, достижение инсайтов.

**Объектом изучения** дисциплины является развитие творческого мышления личности.

**Основной целью** изучения дисциплины «Тренинг креативности» является приобщение студентов к умению думать самостоятельно, обладать критическим и творческим мышлением, владеть богатым словарным запасом, создавать качественный рекламный продукт.

### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Теоретические аспекты креативности»

Модуль 2 «Тренинг развития креативности»

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

#### **Компетенция ОК-7:**

- способность к самоорганизации и самообразованию.

#### **Знать:**

З1.1. Понятие креативности и творческой компетенции.

З1.2. Механизмы развития творческого мышления.

З1.3. Основные принципы, методы и средства решения нестандартных задач.

#### **Уметь:**

У1.1. Анализировать нестандартные и проблемные ситуации.

У1.2. Заниматься творческим саморазвитием.

У1.3. Проявлять творческий подход в различных условиях профессиональной деятельности.

У1.4. Анализировать убеждающее и внушающее воздействия.

#### **Владеть:**

В1.1. Навыками выявления и разрешения нестандартных задач.

В1.2. Навыками самостоятельного поиска истины, способностью к критическому восприятию противоречивых идей.

В1.3. Простейшими навыками профессионального творчества.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий; самостоятельная работа; проведение контрольных работ, тестов; разработка презентаций, сообщений и докладов.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриат)  
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Конфликтология»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часов  
Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** включает изучение причин конфликтов, их сущности, различных форм конфликтов, динамики, а так же поиск оптимальных путей предупреждения и разрешения конфликтов.

**Объектами изучения** в дисциплине являются конфликты во всех формах их проявления.

**Основной целью** изучения дисциплины является формирование знаний, навыков и умений комплексного анализа и прогнозирования социальных конфликтов, их проявлений в различных областях социальной деятельности и взаимодействие в конфликтной ситуации на уровне индивида, группы, институции.

### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Теоретические и методологические основы конфликтологии»

Модуль 2 «Внутриличностные, межличностные и межгрупповые конфликты»

Модуль 3 «Предупреждение и управление конфликтами»

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

#### **Компетенция ОК-6:**

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

#### **Знать:**

З1.1. основные конфликтологические теории современности, социальную природу и функции конфликтов.

З1.2. формы проявления и классификацию социальных конфликтов, структуру социального конфликта и ее основные элементы, динамику протекания социальных конфликтов, способы и пути управления социальными конфликтами.

#### **Уметь:**

У1.1. анализировать условия и причины возникновения социальных конфликтов.

У1.2 осуществлять сравнительный анализ социальных конфликтов и производить их классификацию.

#### **Владеть:**

В1.1. навыками прогнозирования и предупреждения социальных конфликтов.

В1.2. навыками управления и разрешения социальных конфликтов.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий; выполнение практических работ; самостоятельная работа, выполнение реферата.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)

Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Бренд-менеджмент»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов

Форма промежуточной аттестации – курсовая работа, экзамен

**Предметная область дисциплины** включает изучение инструментов и технологий рекламы и связей с общественностью, применимых на всех этапах создания, вывода на рынок, поддержания, укрепления и капитализации на нем брендов товаров, услуг, компаний с целью завоевания ими в сложных конкурентных условиях лидирующих позиций в рыночной среде.

**Объектами изучения дисциплины** являются современные концепции и стратегии брендинга; типы брендов на различных иерархических уровнях; элементы платформы и системы идентификаторов бренда; особенности брендинга на различных рынках.

**Основной целью изучения дисциплины** является формирование у студентов знаний в области теории и практики применения коммуникативных технологий в сфере создания, развития и поддержки брендов как элемента паблицитного капитала компании.

### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Возникновение брендов и развитие брендинга»

Модуль 2 «Современная среда бренда»

Модуль 3 «Система управления брендами. Современные направления брендинговой политики компаний»

Модуль 4 «Разработка платформы и системы идентификаторов бренда»

Модуль 5 «Брендинговая реклама и BTL-технологии в комплексной системе продвижения брендов»

Модуль 6 «Современные технологии коммуникативного воздействия на целевые аудитории в бренд-менеджменте»

Модуль 7 «Формирование потребительской лояльности»

Модуль 8 «Бренд как паблицитный капитал компании»

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

#### **Компетенция 1 (ОПК-1):**

- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.

#### **Знать:**

31.1. Основные понятия и коммуникационные модели брендинга.

31.2. Элементы идентичности бренда.

31.3. Типологию брендов и особенности построения их платформы.

#### **Уметь:**

У1.1. Разрабатывать отдельные элементы брендбука.

У1.2. Определять под контролем комплекс коммуникативных технологий, эффективных для решения задач бренд-менеджмента.

#### **Владеть:**

В1.1. Принципами разработки концепции бренда.

В1.2. Основами технологии разработки брендов в зависимости от типа компании, рыночных условий и особенностей потребителей.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, в том числе выполнение курсовой работы, подготовка к экзамену.

#### **Компетенция ОПК-3:**

- обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга.

**Знать:**

- 32.1. Технологии нейминга, характеристики удачных и неудачных брендовых имен.
- 32.2. Приемы сторителлинга в бренд-менеджменте.

**Уметь:**

У2.1. Применять приемы нейминга и сторителлинга при создании текстов рекламы и связей с общественностью в целях усиления репутации брендов.

**Владеть:**

В2.1. Навыками копирайтинга при создании слоганов, мифов, легенд, историй в целях коммуникационного сопровождения и поддержки брендов.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, в том числе выполнение курсовой работы, подготовка к экзамену.

**Компетенция ОПК-4:**

- умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.

**Знать:**

33.1. Классические и современные инструменты брендинга.

33.2. Принципы и технологии организаций брендинговых коммуникационных кампаний для рынка B2B и B2C.

33.3. Особенности брендинга в разных отраслях и сферах деятельности, в разных социокультурных средах.

**Уметь:**

У3.1. Принимать во внимание при разработке брендинговых коммуникационных мероприятий и кампаний специфику технологий создания товарных и корпоративных брендов.

У3.2. Аргументированно анализировать кейсы российских и зарубежных брендов.

**Владеть:**

В3.1. Способами оценки эффективности коммуникаций бренда.

В3.2. Навыками планирования и организации под контролем коммуникационных мероприятий и кампаний по эффективному достижению целей брендинга.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, в том числе выполнение курсовой работы, подготовка к экзамену.

**Компетенция ПК-1:**

- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.

**Знать:**

34.1. Теорию уникального торгового предложения и принципы позиционирования.

34.2. Специфику деятельности по повышению имиджа компании, формированию бренда и управлению им.

**Уметь:**

У4.1. Выявлять конкурентные преимущества товара, услуги, компании.

У4.2. Проводить коммуникационный аудит действующих брендов.

**Владеть:**

В4.1. Инструментами рекламы и PR в целях информирования потребителей о параметрах товара (услуги), формирования образа престижности товара (услуги), изменения стереотипов восприятия товара (услуги).

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, в том числе выполнение курсовой работы, подготовка к экзамену.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Математика»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 7 з.е., 252 часа  
Форма промежуточной аттестации – экзамен

**Предметная область дисциплины** включает изучение основополагающих фундаментальных математических понятий, теорем, отношений, пространственных форм действительного мира, основ математического моделирования.

**Объектами изучения** дисциплины являются фундаментальные математические понятия, алгоритмы решения задач, математические методы исследований и решения прикладных задач, приемы и принципы построения математических моделей.

**Основной целью** изучения дисциплины «Математика» является воспитание достаточно высокой математической культуры: формирование навыков логического и алгоритмического мышления, умения оперировать абстрактными объектами, умения самостоятельно расширять и углублять математические знания, владения математическим аппаратом, помогающим анализировать, моделировать и решать прикладные задачи, умения осуществлять выбор математических методов для их решения.

### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Элементы линейной алгебры»

Модуль 2 «Аналитическая геометрия»

Модуль 3 «Дифференциальное исчисление функции одной переменной»

Модуль 4 «Интегральное исчисление функции одной переменной: неопределённый интеграл»

Модуль 5 «Интегральное исчисление функции одной переменной: определённый интеграл»

Модуль 6 «Теория вероятностей и математическая статистика»

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

#### **Компетенция ПКД-1:**

– способность использовать основные законы естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности.

#### **Знать:**

З1.1. Фундаментальные основы высшей математики, включая линейную алгебру, аналитическую геометрию, дифференциальное и интегральное исчисления, дифференциальные уравнения.

З1.2. Методы и алгоритмы решения типовых практических задач по изучаемым разделам высшей математики.

З1.3. Основные математические методы обработки экспериментальных данных, основные математические модели и принципы их построения, основные методы количественного и качественного анализа.

#### **Уметь:**

У1.1. Формулировать математическую постановку задачи исследования;

У1.2. Выбирать и реализовывать наиболее целесообразные математические методы и модели при решении конкретных профессиональных задач.

У1.3. Анализировать и обобщать результаты исследований, доводить их до практической реализации.

У1.4. Самостоятельно использовать математический аппарат при изучении общеинженерных и специальных дисциплин, расширять и углублять свои познания в области математики, используя современные образовательные и информационные технологии.

#### **Владеть:**

В1.1. Осмысленным пониманием изученного материала, методами и процедурами вычислений, опытом применения методов основных разделов высшей математики (алгебры, аналитической геометрии, математического анализа, дифференциальных уравнений) к решению практических задач.

В1.2. Первичными навыками использования полученных теоретических знаний и основных методов решения математических и практических задач из общеинженерных и специальных дисциплин, математическими методами анализа и обработки полученных результатов.

В1.3. Методами математического описания содержательной проблемы, математическим аппаратом для анализа и реализации решения (разработки математической модели) прикладных инженерных задач и содержательной интерпретации полученных результатов.

**Технологии формирования:** проведение лекционных и практических занятий, проработка и повторение лекционного материала и материала учебников, самостоятельное изучение тем, подготовка к практическим занятиям, выполнение индивидуальных домашних заданий.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «История рекламы и связей с общественностью»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 4 з.е., 144 часа  
Форма промежуточной аттестации – экзамен

**Предметная область дисциплины** включает изучение вопросов, касающихся сущности и ключевых составляющих связей с общественностью и рекламных коммуникаций, эволюции данных сфер деятельности как социальных институтов, роли коммуникативных технологий в политической, экономической, культурной и социальной жизни общества, рассмотрение основных жанровых видов рекламы, характерных особенностей интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью) на современном этапе.

**Объектами изучения дисциплины** являются основополагающие принципы, методы и стратегии рекламной и PR-деятельности, закономерности развития связей с общественностью и рекламы в различных странах и регионах мира.

**Основной целью изучения дисциплины** «История рекламы и связей с общественностью» является усвоение студентом основных этапов истории рекламной и PR-коммуникации, ключевых особенностей развития рекламной и PR-деятельности в зарубежных странах и России, осознание роли рекламы и связей с общественностью в современной культуре и экономике.

#### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Реклама и связи с общественностью как виды коммуникативной деятельности»

Модуль 2 «Истоки рекламной коммуникации»

Модуль 3 «Реклама и политическая коммуникация в античном мире»

Модуль 4 «Реклама и социальные коммуникации в государственной сфере в западноевропейской средневековой культуре»

Модуль 5 «Новый этап рекламной деятельности в Западной Европе и североамериканских колониях»

Модуль 6 «Реклама в России: от Средневековья к Новому времени»

Модуль 7 «Институционализация деятельности по связям с общественностью: XIX век»

Модуль 8 «Развитие рекламных и PR-коммуникаций в XIX-первой половине XX веков»

Модуль 9 «Современные зарубежные и российские тенденции рекламы и связей с общественностью»

#### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

##### **Компетенция ПКД-3:**

- способность понимать специфику создания журналистских текстов, рекламной и PR-информации на разных этапах развития общества.

##### **Знать:**

31.1. Закономерности исторического развития рекламы и связей с общественностью как социального института, вида коммуникации, области профессиональной деятельности.

31.2. Основные тенденции и направления развития рекламы и PR в мировой и отечественной практике.

31.3. Значение данных видов коммуникативной деятельности для всех сфер общественной жизни.

##### **Уметь:**

У1.1. Учитывать успешные рекламные технологии и приемы связей с общественностью, применяемые в зарубежной и отечественной практике, для решения современных профессиональных задач.

У1.2. Соотносить конкретные рекламные материалы и сведения о PR-деятельности с определенным этапом в развитии института интегрированных коммуникаций.

**Владеть:**

В1.1. Приемами обращения к накопленному историческому опыту в сфере рекламы и связей с общественностью с целью его применения в современной практике рекламного и PR-воздействия.

В1.2. Методологией и методикой анализа и оценки рекламы и связей с общественностью в процессе ее социально-исторического становления и развития.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, в том числе подготовка доклада, подготовка к экзамену.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Современные международные отношения»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов  
Форма промежуточной аттестации – курсовая работа, экзамен

**Предметная область дисциплины** включает изучение закономерностей международных отношений как целостной системы, анализ международной политики и внешней политики государств, динамики и тенденций развития мирового политического процесса, основных направлений деятельности его ведущих субъектов, комплексное исследование отдельных вопросов мировой политики.

**Объектами изучения дисциплины** является мировое сообщество, международные отношения, внешняя политика государств.

**Основной целью изучения дисциплины** «Современные международные отношения» является формирование у студентов общих основ научного мышления, теоретическое обоснование и упорядочение знаний, связанных с мировой политикой, формирование на этой основе навыков интерпретации и оценки актуальной социально-политической проблематики в процессе будущей профессиональной деятельности.

#### **Содержание дисциплины**

**Модуль 1** «Этапы эволюции международных отношений»

**Модуль 2** «Сущность, структура и методы изучения международных отношений»

**Модуль 3** «Классические теории международных отношений»

**Модуль 4** «Современные концепции международных отношений»

**Модуль 5** «Глобализация и международные отношения»

**Модуль 6** «Процессы демократизации в глобальном мире»

**Модуль 7** «Международные организации»

**Модуль 8** «Международные экономические отношения на современном этапе»

**Модуль 9** «Нетрадиционные угрозы международной безопасности»

**Модуль 10** «Внешняя политика России в современных международных отношениях»

**Модуль 11** «Региональные аспекты современных международных отношений»

**Модуль 12** «Европейская интеграция и Европейский Союз»

**Модуль 13** «Азиатско-тихоокеанский регион в системе современных международных отношений»

**Модуль 14** «Государства Ближнего и Среднего Востока в современных международных отношениях»

**Модуль 15** «Латинская Америка в системе современных международных отношений»

#### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

##### **Компетенция ОК-2:**

- способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции:

##### **Знать:**

З1.1. Основные этапы развития и природу международных отношений.

З1.2. Методы изучения международных отношений.

З1.3. Сущность и структуру международных отношений.

З1.4. Основные закономерности формирования современных международных отношений.

##### **Уметь:**

У1.1. Критически анализировать теоретические концепции мировой политики.

У1.2. Определять логику глобальных процессов в их исторической, экономической, правовой обусловленности.

У1.3. Проводить анализ международно-политических проблем.

У1.4. Выявлять тенденции развития международных организаций как акторов международных отношений.

**Владеть:**

В1.1. Способностью к восприятию, анализу, обобщению и систематизации информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.

В1.2. Приемами ведения аргументированной дискуссии, умением отстаивать собственную позицию по различным проблемам современных международных отношений

В1.3. Специальной терминологией теории международных отношений

В1.4. Навыками анализа роли, деятельности международных организаций в современных международных отношениях.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, подготовка презентаций, докладов, сообщений, участие в дискуссиях.

**Компетенция ПКД-2:**

- способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы и применять полученные результаты в профессиональной деятельности.

**Знать:**

32.1. Основные тенденции современных международных отношений.

32.2. Особенности функционирования и взаимодействия акторов мировой политики.

32.3. Характерные черты современной системы международной безопасности.

32.4. Сущность и содержание международных проблем обеспечения безопасности России в современных условиях

**Уметь:**

У2.1. Понимать механизмы взаимовлияния мировой политики и мировой экономики с учетом мировых экономических, демографических, экологических, миграционных процессов в условиях глобализации.

У2.2. Видеть в основных тенденциях развития мира возможности для отстаивания национальных интересов акторами мировой политики.

У2.3. Извлекать уроки из событий мировой политики и на их основе принимать осознанные решения.

У2.4. Оценивать эффективность системы обеспечения безопасности России в современных условиях.

**Владеть:**

В.2.1. Навыками обобщения и анализа основных тенденций сложившейся международной ситуации.

В2.2. Методикой прогнозирования результатов развития международных отношений.

В2.3. Навыками выработки предложений для разрешения проблем безопасности в современных условиях.

В2.4. Информацией и навыками, необходимыми для совершенствования мирового сообщества на принципах гуманизма, свободы и демократии.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, подготовка презентаций, докладов, сообщений, участие в дискуссиях.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)

Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Концепции современного естествознания»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 2з.е., 72 часа

Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** включает изучение современных концепций естественнонаучной картины мира как глобальной модели природы.

**Объектами изучения** дисциплины являются весь окружающий мир с точки зрения современного естественнонаучного мировоззрения человечества.

**Основной целью** изучения дисциплины «Концепции современного естествознания» является получение фундаментального образования, способствующего развитию личности.

### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Цели и задачи современных концепций естествознания»

Модуль 2 «Материя и движение. Пространство и время»

Модуль 3 «Атомный и нуклонный уровни строения материи»

Модуль 4 «Концепция развития и эволюция Вселенной»

Модуль 5 «Земля – планета Солнечной системы»

Модуль 6 «Биосферный уровень организации материи»

Модуль 7 «Эволюция жизни»

Модуль 8 «Организмы и окружающая среда»

Модуль 9 «Человек в современной картине мира»

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

#### **Компетенция ПКД-1:**

- способностью использовать основные законы естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности.

#### **Знать:**

З1.1 Основные этапы развития естествознания и концепции современной естественнонаучной картины мира как глобальной модели природы, отражающей целостность и многообразие естественного мира.

#### **Уметь:**

У1.1 Использовать основные законы естественнонаучных дисциплин в прикладных задачах профессиональной деятельности.

#### **Владеть:**

В1.1 Навыками использования в профессиональной деятельности базовых знаний в области естествознания.

В1.2 Пониманием специфики гуманитарного и естественнонаучного компонентов культуры, ее связей с особенностями мышления.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриат)  
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Политическая и экономическая регионалистика»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов

Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** включает изучение организации и функционирования региональных экономических и политических систем.

**Объектами изучения** в дисциплине являются политическая и экономическая системы.

**Основной целью** изучения дисциплины является формирование системы знаний о теоретических основах и методологии политической и экономической регионалистики, формирование целостного представления о политической и экономической картах мира.

### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Теория и методология политической регионалистики»

Модуль 2 «Общие вопросы социально-экономической географии мира»

Модуль 3 «Модели и процессы формирования геополитического пространства мира»

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

#### **Компетенция ПКД - 2:**

- способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы и применять полученные результаты в профессиональной деятельности;

#### **Знать:**

31.1. основной понятийно-категориальный аппарат, методологию и основные концепции политической и экономической регионалистики.

31.1. этапы формирования политической карты мира, геополитическое положение, политические системы и административно-территориальное устройство региональных держав и государств, членов региональных интеграционных объединений.

31.2. природно-ресурсный потенциал, демографический потенциал, отраслевую и территориальную структуру хозяйства, особенности размещения отраслей хозяйства в условиях НТР, структуры внешнеэкономических связей региональных держав и государств, членов региональных интеграционных объединений.

#### **Уметь:**

У1.1. анализировать и оценивать геополитическое положение, политические системы и административно-территориальное устройство региональных держав и государств, членов региональных интеграционных объединений.

У1.2 анализировать и оценивать природно-ресурсный потенциал, демографический потенциал, отраслевую и территориальную структуру хозяйства, структуру внешнеэкономических связей региональных держав и государств, членов региональных интеграционных объединений.

#### **Владеть:**

В1.1. навыками выявления на основании регионального анализа основных тенденций и закономерностей мирового геополитического и экономического развития, мониторинга глобальной и региональной политической и экономической обстановки, оценки направленности потенциальных угроз, опасностей и геополитических вызовов, выработки предложений политическим институтам по определению оптимальных путей развития России.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий; выполнение практических работ; самостоятельная работа, выполнение реферата.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «История отечественной и зарубежной журналистики»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов  
Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** включает изучение истории становления и развития отечественной и зарубежной журналистики, ее основополагающие исторические этапы, определяющие факторы развития (политические, правовые, экономические, социокультурные), актуальные проблемы журналистики разных периодов.

**Объектами изучения дисциплины** является эволюция отечественной и зарубежной журналистики и основные этапы ее развития.

**Основная цель** изучения дисциплины «История отечественной и зарубежной журналистики» – сформировать у студентов системное представление об основных тенденциях, специфических национальных и региональных особенностях и исторических этапах развития отечественных и зарубежных СМИ. В рамках данного курса предусматривается знакомство студентов с актуальными проблемами мировой журналистики, творчеством выдающихся публицистов разных стран, с деятельностью наиболее ярких, значимых периодических изданий, со спецификой сложившейся системы жанров, типологией СМИ

### **Содержание дисциплины**

**Модуль 1** «Предыстория журналистики»

**Модуль 2** «Журналистика в XVII – XVIII вв. в Западной Европе и Америке»

**Модуль 3** «Развитие средств информации в странах Западной Европы и США в XIX в.»

**Модуль 4** «Особенности развития зарубежной журналистики в XX в.»

**Модуль 5** «Основные тенденции развития русской журналистики XVIII века»

**Модуль 6** «Пресса первой половины XIX века в России»

**Модуль 7** «Журналистика второй половины XIX века в России»

**Модуль 8** «Отечественная журналистика в начале XX века»

**Модуль 9** «Особенности развития отечественной журналистики в XX – начале XXI вв.»

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

#### **Компетенция ПКД-3:**

- способностью понимать специфику создания журналистских текстов, рекламной и PR-информации на разных этапах развития общества

#### **Знать:**

31.1. Этапы становления и развития отечественной и зарубежной журналистики, типологию периодических изданий.

31.2 Деятельность и творчество ведущих публицистов и организаторов периодической печати и их вклад в историю журналистики.

31.3 Наиболее значимые периодические издания на различных исторических этапах существования отечественных и зарубежных СМИ

31.4 Особенности процессов влияния на журналистику со стороны власти (важнейшие указы российских императоров, декреты советского правительства, регламентирующих деятельность прессы), формы, ограничивающие ее свободу (цензурные и иные)

#### **Уметь:**

У1.1. Самостоятельно работать с учебной, справочной, научной и публицистической литературой; собирать, оценивать и анализировать информацию.

У1.2 Уметь анализировать публицистические тексты

У1.3 Анализировать и проводить аналогии между особенностями журналистики в прошлом и настоящем, отечественной и зарубежной журналистикой определенного периода.

**Владеть:**

В1.1. Основными методами и средствами поиска интересующей информации (библиотечные источники, электронные средства).

В1.2 Навыками анализа общественно-политических и социокультурных периодических изданий, а также журналистских текстов по таким параметрам, как проблематика, особенности идейной позиции, специфика творческой манеры авторов

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, подготовка презентаций, самостоятельная работа студентов.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)

Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

**Дисциплина «Социальная реклама»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часа

Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** включает изучение вопросов, касающихся теоретических, методологических и правовых основ социальной рекламы; ее базовых категорий и принципов; особенностей приемов и технологий создания; психологического воздействия на поведение людей; национальных, региональных и социально-культурных особенностей; критериев оценки коммуникативной эффективности.

**Объектами изучения** дисциплины являются принципиально важные коммуникационные особенности и современные средства социальной рекламы как транслятора нравственных ценностей и социально-значимых идей.

**Основной целью** изучения дисциплины является формирование у будущих специалистов системы знаний о содержании, специфике функционирования, видах, формах и моделях социальной рекламы как инструменте привлечения внимания массовой аудитории к общественно значимым явлениям и процессам.

**Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Социальная реклама как форма массовой коммуникации»

Модуль 2 «Законодательные и этические основы деятельности в сфере социальной рекламы»

Модуль 3 «Специфика проектирования социального рекламного сообщения»

Модуль 4 «Психологические аспекты воздействия социальной рекламы»

Модуль 5 «Национальная специфика социальной рекламы: мировой опыт»

Модуль 6 «Эффект и эффективность социальной рекламы»

**Планируемые результаты обучения по дисциплине**

**Компетенция ПК-1:**

- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.

**Знать:**

31.1. Типологию социальной рекламы.

31.2. Основные теоретические, нормативно-правовые и психологические основы проектирования и распространения социальной рекламы.

31.3. Тенденции и направления развития социальной рекламы в отечественной и мировой практике.

**Уметь:**

У1.1. Ориентироваться в основных трендах создания социальной рекламы.

У1.2. Анализировать механизмы формирования и трансляции системы ценностей и социально одобренных стилей жизни посредством рекламных сообщений.

**Владеть:**

В1.1. Инструментами оценки эффективности социальной рекламы.

В1.2. Приемами оперативного планирования и контроля хода работ по созданию социально направленного рекламного продукта.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, в том числе подготовка доклада, подготовка к зачету.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) - Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Мультимедийные технологии в рекламе»**

Общий объем и трудоемкость дисциплины – 3з.е., 108 часов  
Форма промежуточной аттестации - зачет

**Предметная область дисциплины** включает основные принципы применения мультимедиа-технологий для создания мультимедиа-контента в рекламных и социально-значимых областях.

**Объектами изучения** в дисциплине являются мультимедиа-технологии в области рекламы и бизнеса, основы построения разнородного мультимедиа-контента и его воздействия на индивидуума.

**Основной целью изучения дисциплины** «Мультимедийные технологии в рекламе» является формирование представления о принципах и методах построения и эксплуатации мультимедийных технологий в рекламе. Особый акцент делается на развитие навыков получения информации о новых мультимедийных технологиях, их экономической эффективности и проблемах в использовании в практической деятельности.

#### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Основные понятия мультимедиа»

Модуль 2 «Средства для работы с текстом»

Модуль 3 «Средства для работы с графикой»

#### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

##### **Компетенция ПК-1:**

- способность принимать участие в управлении и организации работ рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

##### **Знать:**

31.1. основные способы организации работ рекламных служб;

31.2. основные принципы продвижения товаров на рынок, способы воздействия различных рекламных мероприятий на покупательскую аудиторию.

##### **Уметь:**

У1.1. определять эффективность рекламной деятельности, повышать имидж организации при помощи различных мероприятий, направленных на целевую аудиторию.

##### **Владеть:**

В1.1. основами управления, планирования и организацией работ рекламных служб.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных занятий, выполнение лабораторных работ.

##### **Компетенция ПКД-1:**

- способность использовать основные законы естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности

##### **Знать:**

32.1. Современные методы, средства, стандарты мультимедиа для решения прикладных задач различных классов

32.2. Порядок проведения научного исследования и способы представления его результатов

##### **Уметь:**

У2.1. проводить научное исследование и внедрять результаты исследований в практические разработки;

У2.2. проводить анализ и синтез методов и средств мультимедиа-технологий для решения прикладных задач различных классов.

**Владеть:**

В2.1. Навыками использования методов и средств мультимедиа-технологий для решения прикладных задач различных классов

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных занятий, выполнение лабораторных работ.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)

Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

**Дисциплина «Коммуникационное сопровождение лоббистской деятельности»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часа

Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** включает изучение методов лоббирования, особенностей современных технологий связей с общественностью и коммуникационного менеджмента, применяемых в целях успешной реализации лоббистских проектов.

**Объектом изучения дисциплины** является деятельность лоббистских организаций и GR-агентств.

**Основной целью изучения дисциплины** «Коммуникационное сопровождение лоббистской деятельности» является формирование у студентов необходимых теоретических знаний и практических навыков для планирования и эффективной реализации коммуникационного менеджмента компаний при подготовке проектов по лоббированию интересов стейкхолдеров.

**Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Лоббистская деятельность: понятийный аппарат и типология»

Модуль 2 «Специфика лоббистских кампаний в России и странах Европейского Союза»

Модуль 3 «Основные принципы деятельности российских и зарубежных лоббистских организаций и GR-агентств»

Модуль 4 «Коммуникационные каналы лоббирования интересов общественных, бизнес- и политических организаций»

Модуль 5 «Организация коммуникационной поддержки лоббистских проектов: PR-технологии»

**Планируемые результаты обучения по дисциплине**

**Компетенция ОПК-3:**

- обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга.

**Знать:**

З1.1. Объекты, субъекты, классификацию лоббистской деятельности.

З1.2. Принципы построения общественного, бизнес- и политического лобби.

З1.3. Технологии и инструменты взаимодействия с органами государственной власти

З1.4. Требования к формулировке сообщений с учетом специфики целевой аудитории лоббистской кампании.

**Уметь:**

У1.1. Выделять целевую аудиторию лоббистских кампаний.

У1.2. Дифференцировать lobbying, advocacy и GR.

У1.3. Применять теоретические знания при анализе российских и зарубежных лоббистских кампаний.

**Владеть:**

В1.1. Способностью к восприятию, анализу, обобщению и систематизации информации, ведению аргументированной дискуссии.

В1.2. Базовыми приемами оказания влияния и продвижения интересов субъекта.

В1.3. Навыками создания обобщающих аналитических материалов (обзоров, записок, докладов, отчетов, рекомендаций и др.) и предложений для лиц, принимающих решения.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, в том числе подготовка доклада.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) - Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### Дисциплина «Event - менеджмент»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часа  
Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** включает изучение технологии организации деловых и праздничных мероприятий – «ивентов» (корпоративных, частных, общественных), инструментов проектной работы, с помощью которых теория event-менеджмента может быть успешно применима в практике.

**Объектами изучения дисциплины** являются общетеоретические положения концепции управления и организации общественных мероприятий и специальные положения, которые позволяют на практике применять полученные знания.

**Основной целью изучения дисциплины** «Event - менеджмент» является формирование у студентов фундаментальной базы профессиональной подготовки квалифицированного менеджера по организации и проведению публичных мероприятий на высоком идейно-художественном уровне, формирование навыков проведения развлекательных мероприятий, освоения основных методов планирования, организации и анализа эффективности проведенного мероприятия.

### Содержание дисциплины

Модуль 1 «Сущность и основы event-менеджмента»

Модуль 2 «Организация event-мероприятия, выбор поставщиков и партнеров»

Модуль 3 «Продвижение: привлечение внимания к мероприятию, реклама, PR и другие инструменты маркетинга»

Модуль 4 «Правовые вопросы организации мероприятия»

Модуль 5 «Управление мероприятием»

Модуль 6 «Управление творческим процессом»

Модуль 7 «Пример разработки конкретного event-мероприятия (на примере корпоративного мероприятия «Вечеринка»)»

### Планируемые результаты обучения по дисциплине

#### Компетенция ОПК-4:

- умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.

#### Знать:

З1.1. Теоретические основы и закономерности планирования, организации и управления event-мероприятием;

З1.2. Основные положения договорного законодательства и авторского права;

З1.3. Критерии эффективности мероприятия.

#### Уметь:

У1.1. Определять идейно-тематическую основу сценария мероприятия;

У1.2. Оценивать эффективность event- мероприятия;

У1.3. Формировать бюджет event- мероприятия

У1.4. Определять основные проблемы в коммуникационном взаимодействии.

#### Владеть:

В1.1. Специальной управленческой терминологией и лексикой данной дисциплины;

В1.2. Навыками оперативного планирования и проведения мероприятий в заранее определенных пространственно-временных рамках;

В1.3. Навыками самостоятельного овладения новыми знаниями по теории и практике

event- менеджмента.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, сдача зачета.

**Компетенция ПК-7:**

- способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

**Знать:**

- 32.1. Типологию и классификацию общественных публичных мероприятий;
- 32.2. Основные составляющие сценарной драматургии; виды и типы сценариев;
- 32.3. Принципы управления творческим процессом.

**Уметь:**

У2.1. Использовать event-менеджмент при организации и планировании событийных мероприятий;

У2.2. Выбирать способы продвижения информации о event-мероприятии;

У2.3. Выявлять проблемы при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения, прогнозировать последствия этих решений, планировать мероприятия по обеспечению эффективности event-мероприятия в организации.

**Владеть:**

В2.1. Навыками формирования концепции событийного мероприятия (event-мероприятия);

В2.2. Навыками определения общих условий проведения event –мероприятия, составления финансовых документов.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, сдача зачета.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)

Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Прикладная физическая культура»**

Общий объем и трудоемкость дисциплины - 342 часа

Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметом изучения дисциплины** является изучение содержания, закономерностей, механизмов и специфики процесса по формированию личности в условиях занятий физическими упражнениями и спортивной деятельностью.

**Объектом изучения** дисциплины является спортивная деятельность и человек, занимающийся ею - его обучение, развитие и достижение высоких личных спортивных результатов.

**Основной целью** изучения дисциплины является формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей профессиональной деятельности.

### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Легкая атлетика»

Модуль 2 «Баскетбол»

Модуль 3 «ОФП»

Модуль 4 «Волейбол»

Модуль 5 «Тренажёрный зал и фитнес»

Модуль 6 «Настольный теннис и бадминтон»

Модуль 7 «ЛФК»

Модуль 8 «Диагностика»

Модуль 9 «Реферат»

\*а) для основного отделения – модули 1, 2, 3, 4, 5, 6

б) для специального отделения – модули 2, 3, 4, 6

в) для освобожденных и инвалидов – модули 3, 7, 8, 9

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

#### **Компетенция ОК-8:**

- способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

#### **Знать:**

З1.1 научно-практические основы физической культуры и здорового образа жизни.

#### **Уметь:**

У1.1 использовать творческие средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни.

#### **Владеть:**

В1.1 средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности.

**Технология формирования компетенции:** проведение практических занятий.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)

Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### Дисциплина «Интернет-реклама»

Общий объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часа

Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** включает изучение особенностей основных видов и инструментов интернет-рекламы с последующим применением в рамках реализации профессиональной деятельности в области рекламы и связях с общественностью.

**Объектами изучения** дисциплины являются интернет-реклама, ее носители, виды и инструменты; рекламные агентства; интернет-аудитория; варианты оценки эффективности интернет-рекламы.

**Основной целью** изучения дисциплины «Интернет-реклама» является получение базовых знаний и умений в области интернет-рекламы. Студенты должны научиться осваивать новые технологии продвижения с помощью интернет-рекламы.

### Содержание дисциплины

Модуль 1 «Аудитория сети Интернет»

Модуль 2 «Агентства интернет-рекламы Рунета»

Модуль 3 «Рекламные носители»

Модуль 4 «Виды интернет-рекламы»

Модуль 5 «PR в сети Интернет»

Модуль 6 «Особенности поисковых систем и каталогов как средства интернет-рекламы»

Модуль 7 «Правовое регулирование интернет-рекламы»

### Планируемые результаты обучения по дисциплине

#### Компетенция ПК-1:

- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.

#### Знать:

З1.1. Основную терминологию, связанную с интернет-рекламой.

З1.2. Принципы работы поисковых систем и социальных сетей как средств интернет-рекламы.

З1.3. Особенности правового регулирования интернет-рекламы при осуществлении оперативного планирования и контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью.

#### Уметь:

У1.1. Использовать инструменты работы с аудиторией веб-сайта для проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок.

У1.2. Анализировать рекламные носители интернет-рекламы с целью оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью.

У1.3. Оценивать различные виды интернет-рекламы и их особенности при планировании рекламной деятельности.

#### Владеть:

В1.1. Навыками работы с поисковыми системами и каталогами как средствами интернет-рекламы.

В1.2. Способностью оценивать эффективность интернет-рекламы в профессиональной

деятельности.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, подготовка реферата.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) - Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Технологии спонсоринга и фандрайзинга»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часа  
Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** включает изучение сущности, целей и задач спонсорства и фандрайзинга, технологий работы по привлечению спонсоров, рассмотрение приоритетных направлений спонсорской деятельности

**Объектами изучения дисциплины** является спонсорство, которое представляет собой один из возможных видов поддержки различных сфер общественной жизни, одну из форм социальных инвестиций и вид рекламы, и фандрайзинг, как практика привлечения средств на некоммерческие (социальные, исследовательские и образовательные) проекты.

**Основной целью изучения дисциплины «Технологии спонсоринга и фандрайзинга»** – формирование у студентов целостного представления о спонсоринге и фандрайзинге; профессиональных основах и комплексе знаний о принципах, подходах и технологиях фандрайзинга; овладение умениями и навыками практических приемов фандрайзинга

#### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Спонсорство: понятие, функции, цели и задачи»

Модуль 2 «Основные сферы спонсорской деятельности и классификация спонсорства»

Модуль 3 «Понятие и сущность фандрайзинга»

Модуль 4 «Механизмы деятельности в сфере привлечения средств (фандрайзинг). Технологии фандрайзинга»

Модуль 5 «Технологии работы по привлечению спонсоров. Формирование и реализация спонсорского пакета»

#### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

##### **Компетенция ПК-1:**

- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.

##### **Знать:**

31.1. Цели, задачи, мотивационные особенности спонсорской деятельности, наиболее предпочтительные направления и области спонсирования, в том числе наиболее характерные для России.

31.2. Технологии работы по привлечению спонсоров.

31.3. Принципы, технологии и правила фандрайзинга.

31.4. Основные этапы эффективного фандрайзинга.

31.4. Правила проведения переговоров и средства установления контактов с потенциальными спонсорами.

##### **Уметь:**

У1.1. Применять технологии и методы фандрайзинга и анализировать практику фандрайзинга

У1.2. Определять возможные источники финансирования проектов, выявлять потенциальных спонсоров и привлекать их для решения социально значимых проблем;

У1.3. Составлять план действий по сбору средств;

У1.4. Формировать спонсорский пакет;

У1.5. Выбирать направление и объект для реализации спонсорской программы, определять задачи, стратегические цели проекта;

**Владеть:**

В1.1. Навыками ведения письменных и устных переговоров с целью фандрайзинга;

В1.2. Навыками работы по созданию спонсорского пакета;

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, сдача зачета.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) - Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Имиджелогия»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часа  
Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** включает изучение теоретико-прикладных подходов к созданию индивидуального и корпоративного имиджа в различных сферах общественной жизни и профессиональной деятельности, основ процесса создания привлекательного имиджа, выстраивания моделей достойного поведения, адекватных определенным жизненным ситуациям.

**Объектами изучения дисциплины** являются технологии воздействия на целевые аудитории на всем пространстве социального общения личности и деловых (общественных) структур с целью формирования положительного имиджа как виртуальной или реальной конструкции, состоящей из разнообразных средств самовыражения.

**Основной целью изучения дисциплины «Имиджелогия»** является освоение студентами теоретических основ, базовых приёмов и техник создания имиджей разных уровней в разных сферах: политике, отдельных видах бизнеса, государственном управлении.

### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Предмет и законы имиджелогии. Имиджелогия в комплексе наук. Сущность и атрибуты имиджа»

Модуль 2 «Классификация имиджей. Типы имиджей. Инструментарий имиджелогии. Современные коммуникативные и имиджевые технологии»

Модуль 3 «Понятие и типы имиджмейкинга. Управление индивидуальным имиджем»

Модуль 4 «Управление корпоративным имиджем. Имидж продукта»

Модуль 5 «Технологии управления имиджем. Роль PR-воздействия в эффективных имиджевых коммуникациях»

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

#### **Компетенция ПК-1:**

- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.

#### **Знать:**

31.1. Теоретические основы имиджелогии

31.2. Инструментарий имиджелогии, используемый для создания позитивного образа субъекта.

31.3. Алгоритмы формирования эффективного имиджа (персонального, корпоративного и т. п.);

31.4. Теоретические и прикладные аспекты разработки и поддержания имиджа в имиджмейкинге и PR - деятельности.

#### **Уметь:**

У1.1. Ориентироваться в закономерностях социального восприятия, функционирования общественного мнения.

У1.2. Решать имиджевые задачи с помощью инструментария имиджелогии, использовать имиджевые характеристики в сфере рекламы и PR.

У1.3. Планировать, организовывать и вести рекламные, пропагандистские, информационные кампании, презентации, протоколно-деловые мероприятия.

У1.4.Осуществлять оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью.

**Владеть:**

В1.1.Навыками использования имидж-знаний при выстраивании межличностных и деловых отношений.

В1.2.Инструментарием имиджелогии; техниками и технологиями построения и управления имиджем в профессиональной сфере деятельности.

В1.3.Методами оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, подготовка и сдача зачета.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) - Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Репутационный менеджмент»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часа  
Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** включает изучение понятия репутации как стратегического актива организации, методы создания информационной основы репутации, технологии управления деловой репутацией компании и ее руководителя, основы управления репутационными рисками.

**Объектами изучения** дисциплины являются технологии воздействия на целевые аудитории на всем пространстве социального общения личности и деловых (общественных) структур с целью формирования положительной деловой репутации как стратегического актива организации

**Основной целью** изучения дисциплины «Репутационный менеджмент» является ознакомление студентов с современными репутационными технологиями и формирование навыков использования коммуникационных средств и коммуникативных приемов в корпоративнорепутационном PR для эффективного формирования, поддержки и управления репутацией.

#### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Концептуальные основы репутационного менеджмента»  
Модуль 2 «Методы формирования репутации. Методы управления репутацией и ее изменения»  
Модуль 3 «Методы исследования и оценки репутации (репутационный аудит)»  
Модуль 4 «КСО в системе репутационного менеджмента»  
Модуль 5 «Особенности управления репутацией территории»  
Модуль 6 «Репутация в информационном пространстве»

#### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

##### **Компетенция ПК-1:**

- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.

##### **Знать:**

З1.1. Основные методы и технологии формирования корпоративной репутации, индивидуальной узнаваемости и имиджа;  
З1.2. Особенности процесса влияния деятельности служб связей с общественностью на общественное мнение, на формирование репутации;  
З1.3. Каналы выхода на различные аудитории при формировании репутации;  
З1.4. Основные стратегии построения и защиты репутации

##### **Уметь:**

У1.1. Планировать рабочие репутационные и имиджевые мероприятия;  
У1.2. Оценивать условия коммуникации;  
У1.3. Выстраивать коммуникационное поле и потоки компании;  
У1.4. Определять основные проблемы в коммуникационном взаимодействии по вопросам создания корпоративной репутации

##### **Владеть:**

В1.1. Понятийным аппаратом в сфере формирования деловой репутации;

В1.2.Навыками мониторинга информационного окружения.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, сдача зачета.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)

Направленность (профиль) - Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Брендинг территории»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часа

Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** включает изучение стратегии повышения конкурентоспособности городов, областей, регионов, географических зон и государств с целью завоевания внешних рынков, привлечения инвесторов, туристов, новых жителей и квалифицированных мигрантов.

**Объектами изучения дисциплины** являются направления и инструменты построения бренда территории, направленные на повышение притягательности данной территории для человека, путем развития особых черт, гарантирующих конкурентные преимущества территории.

**Основной целью изучения дисциплины «Брендинг территории»** является получение знаний в области теории брендинга территорий, технологий создания, управления и продвижения территориальных брендов, а также их значение для экономики и социальной стабильности в регионе.

#### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Глобальные предпосылки и история возникновения брендинга территорий»

Модуль 2 «Бренд города: понятие, структура и условия возникновения бренда города»

Модуль 3 «Технология позиционирования города: поиск городской идентичности и разработка концепции бренда»

Модуль 4 «Технология формирования имиджа бренда: выращивание бренда в городской среде»

Модуль 5 «Инновационные инструменты развития бренда города»

Модуль 6 «Брендинг территорий как путь к спасению депрессивных регионов»

#### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

##### **Компетенция ОПК-4:**

- умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.

##### **Знать:**

31.1. Теоретические основы и инструменты территориального брендинга;

31.2. Роль территориального брендинга в бизнес-модели функционирования различных компаний на современных рынках;

31.3. Типы брендов и их различные роли в марочном портфеле региона, принципы формирования портфелей территориальных брендов;

31.4. Принципы и технологии создания брендов для современных рынков;

31.5. Принципы управления брендами регионов.

##### **Уметь:**

У1.1. Ориентироваться в закономерностях социального восприятия, функционирования общественного мнения;

У1.2. Разрабатывать концепции позиционирования и использовать технологии моделирования территориального бренд-имиджа;

У1.3. Планировать, организовывать и вести ивент-мероприятия с целью формирования позитивного инвестиционного имиджа территории.

##### **Владеть:**

В1.1. Навыками использования полученных знаний при выстраивании межличностных и деловых отношений в практической деятельности;

В1.2.Технологиями проведения региональных event-мероприятий и рекламных кампаний;

В1.3Технологиями разработки концепции бренда территории, навыками разработки методологии рейтингования территорий для анализа различных аспектов социально-экономического развития территорий.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, подготовка и сдача зачета.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) - Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Внутрикорпоративный PR»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часа  
Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** включает изучение содержания деятельности в области внутрикорпоративных связей с общественностью, технологий и инструментов внутрикорпоративного PR, способствуя формированию целостной картины работы специалиста по внутрикорпоративным связям с общественностью как стратегическим активом организации.

**Объектами изучения дисциплины** являются принципы и методы работы специалистов по связям с общественностью с внутренними аудиториями организации с целью формирования положительного имиджа организации.

**Основной целью изучения дисциплины «Внутрикорпоративный PR»** является ознакомление студентов с современными методами управления системой внутренней коммуникации, со спецификой использования технологий и инструментов PR при взаимодействии с персоналом, выработка навыков формирования и продвижения корпоративной культуры.

#### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Управление внутрикорпоративными связями с общественностью»

Модуль 2 «Внутрикорпоративный PR в системе управления персоналом»

Модуль 3 «Корпоративная культура»

Модуль 4 «Фирменный стиль»

Модуль 5 «Технологии и инструменты внутрикорпоративных связей с общественностью»

Модуль 6 «Роль внутрикорпоративной прессы как инструмента формирования внутреннего имиджа компании»

Модуль 7 «Внутрикорпоративные связи с общественностью в условиях кризиса»

#### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

##### **Компетенция ОПК-4:**

-умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.

##### **Знать:**

З1.1.Основные методы и технологии планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий;

З1.2.Современные методы и инструменты управления системой внутренней коммуникации организации.

##### **Уметь:**

У1.1. Планировать рабочие репутационные и имиджевые мероприятия;

У1.2. Оценивать условия коммуникации.

##### **Владеть:**

В1.1.Понятийным аппаратом в сфере внутрикорпоративного PR;

В1.2.Навыками мониторинга внутреннего информационного окружения.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, подготовка и сдача зачета.

##### **Компетенция ПК-6:**

- способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

##### **Знать:**

- 32.1 Методы формирования и поддержания корпоративной культуры;
- 32.2 Способы повышения лояльности персонала;
- 32.3 Способы создания единого информационного пространства внутри компании.

**Уметь:**

У2.1. Выстраивать коммуникационное поле и потоки компании;

У2.2 Определять основные проблемы в коммуникационном взаимодействии по вопросам создания корпоративной культуры.

**Владеть:**

В2.1. Навыками создания условий для вертикальной и горизонтальной коммуникации между подразделениями с целью обеспечения информационной поддержки производственной деятельности организации;

В2.2 Навыками вовлечения персонала в жизнь организации.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, подготовка и сдача зачета.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Реклама и связи с общественностью в органах власти»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часа  
Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** включает получение теоретических знаний в области рекламы и связей с общественностью в органах власти.

**Объектами изучения** дисциплины являются принципы и закономерности функционирования сферы рекламы и связей с общественностью в органах власти, особенности реализации современных PR-проектов и программ, их учет при принятии управленческих решений.

**Основными целями** изучения дисциплины «Реклама и связи с общественностью в органах власти» является ознакомление студентов с основными теоретическими подходами и взглядами на место и роль рекламы и связей с общественностью в системе государственного и политического управления; введение в проблематику государственного маркетинга, политической коммуникации, теории социального управления; получение теоретических знаний о принципах построения отдела рекламы и связей с общественностью в органах власти; ознакомление с новыми эффективными идеями и современными технологиями в области формирования и развития общественных связей, способами поддержки государственного правления, местного самоуправления, деловой сферы и предпринимательства, реализации отдельных PR-проектов и широкомасштабных программ; формирование теоретических и фактических знаний, необходимых для осмысления современных методов и технологий, используемых в организации и управлении рекламы и общественными связями; формирование базового понятийного аппарата, необходимого для восприятия и осмысления информационных процессов в органах государственной власти и управления.

### **Содержание дисциплины**

**Модуль 1** «Эволюция рекламы и связей с общественностью в органах государственной власти и управления Российской Федерации»

**Модуль 2** «Специфика работы службы по рекламе и связям с общественностью в органах власти»

**Модуль 3** «Другие виды информационной работы по взаимодействию между органами власти и населением»

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

#### **Компетенция ОПК-2:**

- владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью.

#### **Знать:**

31.1. Специфику работы отделов рекламы и связей с общественностью, в частности в органах власти.

31.2. Функциональные схемы построения отделов рекламы и связей с общественностью, в частности в органах власти.

#### **Уметь:**

У1.1. Выявлять проблемные ситуации в организации работы отделов рекламы и связей с общественностью, в частности в органах власти. Составлять положение о работе PR-службы или PR-отдела в государственных и общественных организациях. Работать с законами и другими правовыми актами, а также с уставами и программами политических партий

У1.2. Составлять план работы отделов рекламы и связей с общественностью, в частности в органах власти, оценивать их эффективность, осуществлять планирование основных направлений работы с использованием компьютерной базы данных.

**Владеть:**

В1.1. Навыками коммуникационной и организационно – управленческой работы с малыми коллективами с целью формирования знаний и навыков работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью.

В1.2. Навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности с целью формирования знаний и навыков работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью, в частности в органах власти.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий; выполнение практических работ; самостоятельная работа, выполнение реферата.

**Компетенция ПК-6:**

- способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

**Знать:**

З2.1. Психологию межличностных отношений в трудовом коллективе отделов с целью создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

З2.2. Способы мотивационного воздействия на сотрудников отделов с целью создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

**Уметь:**

У2.1. Выявлять новые сферы деятельности отделов; разрабатывать стратегические планы работы отделов с целью создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации. Проводить сравнительные исследования деятельности информационно-организационных структур, организующих и регулирующих общественные связи между субъектом и объектом государственного управления.

У2.2. Распределять обязанности каждого участника проекта и осуществлять полноценный контроль с целью создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации. Применять на практике профессиональные стандарты и этические нормы во взаимоотношениях со СМИ.

**Владеть:**

В2.1. Навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.

В2.2. Навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов.

В2.3. Навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий; выполнение практических работ; самостоятельная работа, выполнение реферата

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)

Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Реклама и связи с общественностью в деятельности некоммерческих организаций»**

Общий объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часа

Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** включает изучение формирования позитивного имиджа некоммерческих организаций посредством рекламы и связей с общественностью.

**Объектами изучения** дисциплины являются некоммерческие организации, социальная реклама в деятельности некоммерческих организаций (НКО), PR-деятельность НКО.

**Основной целью** изучения дисциплины «Реклама и связи с общественностью в деятельности некоммерческих организаций» является изучение рекламы и связей с общественностью как направление деятельности некоммерческих организаций по ознакомлению широкого круга общественности со своей работой и созданию у них верного представления об общественных функциях НКО.

#### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Некоммерческая организация и некоммерческая деятельность»

Модуль 2 «Особенности связей с общественностью в деятельности некоммерческих организаций»

Модуль 3 «Особенности рекламы некоммерческих организаций»

#### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

##### **Компетенция ОПК-2:**

- владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью

##### **Знать:**

31.1. Организационно-правовые нормы НКО и финансовые источники.

31.2. Основные особенности рекламной коммуникации и связей с общественностью в некоммерческой сфере

##### **Уметь:**

У1.1. Охарактеризовать основные виды рекламной и PR-деятельности в некоммерческих организациях.

У1.2. Охарактеризовать психологические аспекты воздействия рекламы НКО.

##### **Владеть:**

В1.1. Навыками создания и размещения рекламных и PR-текстов в некоммерческой сфере.

В1.2. Инструментами рекламы и связей с общественностью для НКО.

##### **Компетенция ПК-6:**

- способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации

##### **Знать:**

32.1. Специфику работы некоммерческих структур и их классификацию.

##### **Уметь:**

У2.1. Находить точки соприкосновения и взаимодействия в обеспечении поддержки социальных проектов со стороны населения, властных структур и бизнеса.

##### **Владеть:**

В2.1. Навыками организации рекламных и PR-мероприятий в некоммерческой сфере.

В2.2. Методами оценки эффективности рекламы и связей с общественностью НКО.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, подготовка реферата.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Медиарилейшнз и профессиональная этика»**

Общий объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часа  
Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** включает изучение технологий организации медиарилейшнз как отдельную область PR-деятельности, взаимодействие PR-специалистов и представителей СМИ, этические вопросы взаимодействия профессиональной деятельности PR-специалистов и журналистов.

**Объектами изучения** дисциплины являются процесс управления отношениями с прессой; информационные материалы, рассылаемые субъектом PR в СМИ; мероприятия, организованные для журналистов, профессионально-этические критерии специалистов по связям с общественностью и журналистов.

**Основной целью** изучения дисциплины «Медиарилейшнз и профессиональная этика» является изучение теории и технологии организации медиарилейшнз (MR) — взаимоотношений PR-специалистов со средствами массовой информации и другими участниками формирования информационного поля в проекции на критерии профессиональной этики.

### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Общие принципы построения медиарилейшнз (MR)»  
Модуль 2 «Типология СМИ. Особенности работы с различными СМИ»  
Модуль 3 «Круг задач специалиста по медиарилейшнз»  
Модуль 4 «Основные материалы для работы со СМИ»  
Модуль 5 «Современные медиарилейшнз»  
Модуль 6 «Этика профессиональной деятельности PR-специалиста и журналиста»

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

#### **Компетенция ОПК-2:**

- владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью.

#### **Знать:**

31.1. Систему управляемых эффективных взаимоотношений со средствами массовой информации, основанную на критериях профессиональной этики.

31.2. Круг задач специалиста по медиарилейшнз.

#### **Уметь:**

У1.1. Осуществлять мероприятия, организуемые совместно с журналистами и для журналистов.

У1.2. Осуществлять мониторинг СМИ, связанных с деятельностью субъекта PR.

#### **Владеть:**

В1.1. Навыками эффективных практик, обеспечивающих оптимизацию взаимодействия субъекта PR со средствами массовой информации

#### **Компетенция ОПК-3:**

- обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга

#### **Знать:**

32.1. Основные материалы для работы со СМИ.

32.2. Особенности работы MR-специалиста по подготовке контента для новых медиа.

#### **Уметь:**

У2.1. Осуществлять создание информационного потока и управления им.

У2.2. Осуществлять подготовку корпоративных изданий.

**Владеть:**

В2.1. Навыками медиаосвещения в интернет-изданиях.

В2.2. Навыками копирайтинга по написанию и редактированию PR-текстов для журналистов или непосредственно для публикации в СМИ.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, подготовка эссе.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) - Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Корпоративная социальная ответственность»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часа  
Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** включает изучение вопросов, касающихся сущности и основных составляющих корпоративной социальной ответственности, формирования системы партнерских отношений частного предпринимательства, власти и гражданского общества в социальной сфере. В рамках дисциплины также рассмотрен обзор представлений, связанных с социальной ответственностью бизнеса – от традиционной благотворительности до социального инвестирования и венчурной филантропии, практика развития КСО в крупнейших компаниях мира, особенности формирования КСО в деятельности российского бизнес-сообщества.

**Объектами изучения дисциплины** являются концепции КСО, направления внутренней и внешней социальной ответственности бизнеса, этика индивидуальных управленческих решений.

**Основной целью изучения дисциплины** «Корпоративная социальная ответственность» является усвоение студентом принципов социальной ответственности бизнеса, значения деловой этики в управленческой деятельности, овладение современными концепциями управления компанией с позиции социально-ориентированного менеджмента и маркетинга, методами анализа и оценки корпоративной социальной ответственности компании.

### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Корпоративная социальная ответственность: теоретические аспекты»  
Модуль 2 «Зарубежный концептуальный опыт корпоративной социальной ответственности»  
Модуль 3 «Анализ практики реализации концепции корпоративной социальной ответственности в России»  
Модуль 4 «Развитие современных принципов корпоративной социальной ответственности»  
Модуль 5 «Социально-ответственное поведение как инструмент формирования деловой репутации компании»  
Модуль 6 «Внутренний и внешний контекст корпоративной социальной ответственности»  
Модуль 7 «Инструменты и направления корпоративной социальной политики»  
Модуль 8 «Макрорегуляторы социального развития корпораций и социальная отчетность»  
Модуль 9 «Оценка эффективности социальной ответственности корпорации»

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

#### **Компетенция ПК-6:**

- способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

#### **Знать:**

31.1. Основы генезиса концепции корпоративной социальной ответственности (КСО), роль и место этики бизнеса в системе КСО.

31.2. Основные направления интегрирования КСО в теорию и практику стратегического управления.

31.3. Механизмы формирования социально-ответственного поведения бизнеса.

#### **Уметь:**

У1.1. Идентифицировать, анализировать и ранжировать ожидания заинтересованных сторон организации с позиций концепции КСО.

У1.2. Диагностировать этические проблемы в организации и применять основные модели принятия этических управленческих решений.

У1.3. Осуществлять качественную оценку уровня КСО организации.

**Владеть:**

В1.1. Методами формирования и поддержания этического климата в организации, создания социального имиджа организации.

В1.2. Методами определения и реализации стратегии бизнес-единицы с позиций концепции КСО.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, подготовка и сдача зачета.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Конструирование новостной информации»**

Общий объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часа  
Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** включает изучение особенностей и функционирования новостной информации в средствах массовой информации и в связях с общественностью.

**Объектами изучения** дисциплины являются новостная информация; приемы, используемые для привлечения внимания к новостям; спин-докторинг; современные технологии новостного менеджмента; инструменты формирования и внедрения в медийное пространство новостной информации; система информационных жанров.

**Основной целью** изучения дисциплины «Конструирование новостной информации» является освоение студентами теоретических знаний и практических навыков создания новостной информации, принципов формирования новостей в средствах массовой информации, в связях с общественностью и процессов подготовки новостных событий.

#### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Дискурс новостей»  
Модуль 2 «Жанры подачи новостной информации»  
Модуль 3 «Основные категории новостей»  
Модуль 4 «Новостные сообщения: хроника и заметки»  
Модуль 5 «Наглядные новости: зарисовки и репортажи»  
Модуль 6 «Механизмы управления новостной информацией»  
Модуль 7 «Новость и ньюсмейкинг»

#### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

##### **Компетенция ОПК-3:**

- обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга.

##### **Знать:**

31.1. Особенности подготовки новостных материалов в различных жанрах, а также методы и инструменты их подготовки.

31.2. Природу и сущность новости в журналистском и PR-тексте.

31.3. Систему информационных жанров.

##### **Уметь:**

У1.1. Использовать в профессиональной деятельности средства создания и усиления новостей.

У1.2. Создавать и редактировать различные материалы информационного характера.

##### **Владеть:**

В1.1. Общими правилами подготовки и изложения PR-текстов.

В1.2. Основными формами подачи новостной информации.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, контрольная работа.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриат)  
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Семиотика рекламы»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часа  
Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** включает изучение особенностей, тенденций, закономерностей формирования и функционирования рекламы и PR как знаковой системы.

**Объектами изучения** в дисциплине являются знаки и системы знаков в рекламе и PR.

**Основной целью** сформировать целостное представление о рекламе и PR как знаковой системе, определить их философию и взаимосвязь с современной культурой и обществом.

### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Основы теории знаков»

Модуль 2 «Методология структурного анализа»

Модуль 3 «Семиотика рекламы и PR»

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

#### **Компетенция ОПК-3:**

- обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга;

#### **Знать:**

З1.1. основные концепции семиотики, её понятийный аппарат.

З1.1. теорию структурного семиотического анализа.

#### **Уметь:**

У1.1. использовать различные подходы в структурном семиотическом анализе.

У1.2 анализировать сферу рекламы и PR методами структурного анализа.

#### **Владеть:**

В1.1. навыками структурного семиотического анализа.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий; выполнение практических работ; самостоятельная работа, выполнение реферата.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриат)  
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Межкультурные коммуникации»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часа  
Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** включает анализ взаимодействия между представителями различных лингвокультур, изучение факторов, оказывающих влияние на результат коммуникативного взаимодействия.

**Объектами изучения** в дисциплине является процесс коммуникации между представителями различных лингвокультур.

**Основной целью** освоения дисциплины является формирование у студентов основ межкультурной компетентности, целостного представления об основных проблемах, видах и формах межкультурной коммуникации.

### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Теория и методология межкультурной коммуникации»

Модуль 2 «Межкультурная коммуникация и лингвокультурология»

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

#### **Компетенция ОК-5:**

- способность к коммуникации в устной и письменной форме на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

#### **Знать:**

З1.1. основные концепции, методологию и понятийный аппарат межкультурной коммуникации.

З1.2. теоретико-методологическую базу лингвокультурологических исследований.

#### **Уметь:**

У1.1. осуществлять сравнительный анализ различных лингвокультур.

У1.2. применять знания о нормах общения, принятых в иноязычной культуре, в ситуациях повседневного и делового общения.

#### **Владеть:**

В1.1. навыками использования современных моделей и методов межкультурной коммуникации и лингвокультурного анализа в профессиональной деятельности.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий; выполнение практических работ; самостоятельная работа, выполнение реферата.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Антикризисные коммуникации»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часа  
Форма промежуточной аттестации – зачет

**Предметная область дисциплины** включает изучение эффективных средств и методов планирования и реализации антикризисных коммуникаций, особенностей антикризисных PR-стратегий в социальной сфере, экономике и политике.

**Объектами изучения дисциплины** являются теоретические и методологические основы моделирования и осуществления коммуникаций компании в условиях кризиса.

**Основной целью изучения дисциплины** «Антикризисные коммуникации» является формирование у студентов устойчивого представления о принципах и технологиях коммуникаций в кризисных ситуациях, а также умений и навыков формирования коммуникационной стратегии, направленной на предотвращение или погашение кризиса.

### **Содержание дисциплины**

Модуль 1 «Антикризисные коммуникации: понятие, принципы, содержание»

Модуль 2 «Информационно-коммуникационное обеспечение чрезвычайных ситуаций»

Модуль 3 «Кризис как конфликт интересов: коммуникационные действия по управлению конфликтом»

Модуль 4 «Антикризисный PR: российская и мировая практика»

Модуль 5 «Особенности антикризисных коммуникаций в экономике, политике и общественном секторе»

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

#### **Компетенция ОК-6:**

- способность работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

#### **Знать:**

З1.1. Понятие, признаки и виды кризисных ситуаций.

З1.2. Принципы построения антикризисных коммуникаций.

З1.3. Особенности применения антикризисных коммуникаций в работе с внутренними и внешними аудиториями компании.

З1.4. Специфику российских антикризисных PR-технологий.

#### **Уметь:**

У1.1. Определять тип кризисной ситуации и выявлять ее причины.

У1.2. Разрабатывать под контролем коммуникационную антикризисную платформу.

#### **Владеть:**

В1.1. Базовыми навыками работы в команде для организации и проведения антикризисных мероприятий.

В1.2. Основами применения технологий спин-докторинга.

**Технологии формирования компетенции:** проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, в том числе подготовка доклада.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)

Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

**Дисциплина «Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 6 з.е., 216 часов

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой

**Цель** учебной практики: формирование обучающимися первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности, на основе непосредственного участия в коммуникационной деятельности организаций и предприятий.

**Задачи** учебной практики:

- ознакомление обучающихся с основными видами профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;
- изучение правовой, социальной, психологической и иных сторон профессиональной деятельности;
- закрепление общих представлений студентов о значении рекламной и PR-деятельности в хозяйственной практике организаций и предприятий;
- освоение студентами первичных профессиональных компетенций по избранному направлению подготовки;
- развитие навыков самостоятельной работы с разнообразными источниками информации, систематизации и презентации полученных выводов.

**Планируемые результаты обучения по дисциплине**

**Компетенция ОК-7:**

- способность к самоорганизации и самообразованию.

**Знать:**

31.1. Содержание процессов самоорганизации и самообразования, их особенностей и технологий реализации, исходя из целей учебной практики.

**Уметь:**

У1.1. Самостоятельно строить процесс овладения информацией, отобранной и структурированной для выполнения поставленных в учебной практике задач.

**Владеть:**

В.1.1. Технологиями процессов самоорганизации и самообразования; приемами целеполагания, способами планирования, организации, самоконтроля и самооценки деятельности в процессе прохождения учебной практики.

**Технологии формирования компетенции:** использование и интеграция на практике теоретических знаний и практических умений, подготовка и защита отчета.

**Компетенция ОПК-3:**

- обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга;

**Знать:**

32.1. Основные правила стилистики русского языка и принципы использования различных функциональных стилей в процессе составления и редактирования документов в сфере профессиональной деятельности;

**Уметь:**

У2.1. Редактировать различные виды готовых рекламных и PR-текстов в соответствии с основными законами копирайтинга;

**Владеть:**

В2.1. Базовыми навыками создания информационных материалов, отражающих деятельность организации и предназначенных для различных групп стейкхолдеров.

**Технологии формирования компетенции:** использование и интеграция на практике теоретических знаний и практических умений, подготовка и защита отчета.

**Компетенция ОПК-6:**

- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

**Знать:**

З3.1. Методы и способы безопасного поиска, получения, переработки и хранения информации;

**Уметь:**

У3.1. Анализировать информацию, полученную с применением ИКТ, и применять ее для решения профессиональных задач;

**Владеть:**

В3.1. Навыками работы, поиска, анализа информации в глобальных компьютерных сетях.

**Технологии формирования компетенции:** использование и интеграция на практике теоретических знаний и практических умений, подготовка и защита отчета.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью  
в коммерческой сфере

**Дисциплина «Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 12 з.е., 432 часа

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой

**Цель** производственной практики: формирование, закрепление и развитие практических навыков и компетенций в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

**Задачи** производственной практики:

- детальное ознакомление обучающихся с практическими аспектами построения внутренних и внешних коммуникаций организации;
- углубление и развитие знаний, полученных студентами в процессе теоретической подготовки в предшествующий период обучения, включая формирование навыков изучения форм присутствия и общественного мнения о компании в Интернет;
- приобретение обучающимися опыта организационно-управленческой работы в малых коллективах;
- изучение и проектирование взаимодействий компании со СМИ.

**Планируемые результаты обучения по дисциплине**

**Компетенция ОПК-1:**

- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.

**Знать:**

З1.1. Профессиональные функции и особенности работы специалиста в сфере рекламно-информационной деятельности в различных структурах.

**Уметь:**

У1.1. Осуществлять под контролем реализацию профессиональных функций в области связей с общественностью и рекламы.

**Владеть:**

В.1.1. Знанием профессиональной этики, основами навыков профессионального самосовершенствования.

**Технологии формирования компетенции:** использование и интеграция на практике теоретических знаний и практических умений, подготовка и защита отчета.

**Компетенция ОПК-2:**

- владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью.

**Знать:**

З2.1. Принципы организации работы отделов рекламы и связей с общественностью в современных коммерческих компаниях, их цели и задачи.

**Уметь:**

У2.1. Управлять общественным мнением и формировать имидж организации в информационном пространстве на основе применения современных коммуникативных технологий.

**Владеть:**

В2.1 Навыками производства информационных материалов, отражающих деятельность организации и предназначенных для различных групп стейкхолдеров; основами технологий

формирования общественного мнения в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта.

**Технологии формирования компетенции:** использование и интеграция на практике теоретических знаний и практических умений, подготовка и защита отчета.

**Компетенция ПК-3:**

- владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами.

**Знать:**

ЗЗ.1. Основы социальной психологии и психологии межличностных отношений, психологии малых групп; принципы распределения функций и ответственности в малых творческих коллективах.

**Уметь:**

УЗ.1. Излагать свою точку зрения, способствовать созданию благоприятной обстановки в коллективе, создавать оптимальные условия для профессиональной деятельности; грамотно строить коммуникацию в повседневных и конфликтных ситуациях.

**Владеть:**

ВЗ.1. Умением осуществлять функции организатора, инициатора идей; навыками взаимодействия с коллегами в малых коллективах.

**Технологии формирования компетенции:** использование и интеграция на практике теоретических знаний и практических умений, подготовка и защита отчета.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью  
в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Производственная практика (научно-исследовательская работа)»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 12 з.е., 432 часа  
Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой

**Цель** производственной практики (НИР): развитие у обучающихся научно-исследовательских и аналитических навыков, творческой активности и самостоятельности.

**Задачи** производственной практики (НИР):

- приобретение и развитие способностей обобщать и оценивать результаты исследований, проведенных российскими и зарубежными специалистами в сфере рекламы и связей с общественностью;
- навыков самостоятельного анализа информации и выводов для составления рекомендаций или принятия управленческих решений в области рекламы и связей с общественностью.
- развитие аналитического, творческого и научно-исследовательского мышления;
- овладение навыками написания аналитических статей, тезисов.

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

#### **Компетенция ОПК-4:**

- умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.

#### **Знать:**

31.1. Основные виды коммуникационных кампаний и мероприятий, особенности их организации в различных целях.

#### **Уметь:**

У1.1. Разрабатывать концепции коммуникационных мероприятий и кампаний.

#### **Владеть:**

В.1.1. Приемами и навыками осуществления под контролем деятельности по планированию и организации коммуникационных кампаний и мероприятий.

**Технологии формирования компетенции:** использование и интеграция на практике теоретических знаний и практических умений, подготовка и защита отчета.

#### **Компетенция ОПК-5:**

- умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.

#### **Знать:**

32.1. Основные алгоритмы практического применения методов, технологий и инструментов реализации коммуникационных кампаний и мероприятий.

#### **Уметь:**

У2.1. Применять технологии проведения рекламных и PR-акций, специальных мероприятий, устройств PR.

#### **Владеть:**

В2.1. Методами анализа результатов проведения коммуникационных мероприятий и кампаний.

**Технологии формирования компетенции:** использование и интеграция на практике теоретических знаний и практических умений, подготовка и защита отчета.

#### **Компетенция ПК-1:**

- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль

рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.

**Знать:**

З3.1. Специфику деятельности рекламных служб и PR-подразделений кампаний по повышению имиджа организации, формированию бренда и управлению им.

**Уметь:**

У3.1. Оказывать влияние на процесс решения задач позиционирования организации, создания её благоприятного имиджа, продвижения товаров и услуг с помощью инструментов рекламы и связей с общественностью.

**Владеть:**

В3.1. Основами методик оценки эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий.

**Технологии формирования компетенции:** использование и интеграция на практике теоретических знаний и практических умений, подготовка и защита отчета.

**Компетенция ПК-3:**

- владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами.

**Знать:**

З1.1. Принципы формирования рекламной и PR-службы, принципы создания эффективной команды; методы и способы корректировки и видоизменения существующих организационных и коммуникационных структур.

**Уметь:**

У1.1. Разрабатывать рациональную организационную структуру рекламной и PR-службы фирмы (организации), отвечающую характеру современных требований.

**Владеть:**

В.1.1. Способами, методами и навыками руководства малым коллективом (проектной группой) с функциями налаживания внутриорганизационных коммуникаций.

**Технологии формирования компетенции:** использование и интеграция на практике теоретических знаний и практических умений, подготовка и защита отчета.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)  
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью  
в коммерческой сфере

### **Дисциплина «Преддипломная практика»**

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 6 з.е., 216 часов  
Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой

**Цель** преддипломной практики: закрепление и углубление теоретических знаний, полученных в период обучения в вузе и практических навыков, приобретенных во время прохождения предыдущих видов практики.

**Задачи** преддипломной практики:

- закрепление, углубление и расширение теоретических знаний, умений и навыков в области планирования, подготовки, организации и реализации коммуникационных мероприятий и кампаний, полученных в процессе теоретического обучения;
- закрепление практических навыков креативного решения коммуникативных задач, возникающих в деятельности предприятий и организаций в коммерческой сфере;
- ознакомление и усвоение методологии и технологии решения профессиональных задач в сфере рекламы и связей с общественностью;
- сбор, обработка и обобщение информации по теме выпускной квалификационной работы. Собранные в процессе практики материалы составляют фактическую основу для написания ВКР и используются затем при написании практической части работы.

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине**

#### **Компетенция ПК-2:**

- владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы.

#### **Знать:**

31.1. Специфику деятельности различных коммуникационных институтов – пресс-центров, пресс-служб, отделов печати, средств массовой информации (СМИ), отделов по связям с общественностью, центров общественных связей, отделов рекламы, коммуникационных агентств.

#### **Уметь:**

У1.1. Организовывать и оперативно планировать свою деятельность с учетом распределения функций и обязанностей в коллективе.

#### **Владеть:**

В.1.1. Навыками организации своей деятельности в компании, ее оперативного планирования, навыками взаимодействия с руководством и заказчиками.

**Технологии формирования компетенции:** использование и интеграция на практике теоретических знаний и практических умений, подготовка и защита отчета.

#### **Компетенция ПК-6:**

- способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

#### **Знать:**

32.1. Принципы построения эффективной внутренней и внешней коммуникационной инфраструктуры организации.

#### **Уметь:**

У2.1. Обеспечивать внутренние и внешние коммуникации компании, в том числе с персоналом, партнерами, потребителями, конкурентами, общественными организациями, средствами массовой информации.

**Владеть:**

В2.1. Инструментами оценки экономической и коммуникационной эффективности рекламно-информационных инструментов компании.

**Технологии формирования компетенции:** использование и интеграция на практике теоретических знаний и практических умений, подготовка и защита отчета.

**Компетенция ПК-7:**

- способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

**Знать:**

З3.1. Принципы и технологии планирования, подготовки и проведения коммуникационных мероприятий и компаний в различных отраслях и сферах бизнеса.

**Уметь:**

У3.1. Применять теоретические знания вопросов организации коммуникационных мероприятий и компаний для решения практических задач.

**Владеть:**

В3.1. Навыками проведения ситуационного анализа и проведения маркетинговых исследований, учет их результатов на этапе подготовки коммуникационных мероприятий и кампаний.

**Технологии формирования компетенции:** использование и интеграция на практике теоретических знаний и практических умений, подготовка и защита отчета.