

## Аннотации рабочих программ учебных дисциплин

*Направление / специальность:* **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

*Направленность (профиль) / специализация:* **Связи с общественностью и реклама в различных сферах**

*Уровень образования:* **бакалавриат**

*Год начала подготовки:* **2019**

### Оглавление

Б1.В.01 Спичрайтинг .....	2
Б1.В.02 Интернет-маркетинг и электронная коммерция .....	3
Б1.В.03 Медиарилейшенз.....	4
Б1.В.04 Коммуникативно-прагматический анализ и моделирование текста.....	4
Б1.В.05 ВТЛ-практикум.....	4
Б1.В.06 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью.....	5
Б1.В.07 Event-маркетинг .....	6
Б1.В.08 Корпоративная айдентика .....	6
Б1.В.09 Технологии презентации .....	6
Б1.В.10 Рекламное стимулирование торговой деятельности .....	7
Б1.В.11 Медиация в профессиональной деятельности .....	7
Б1.В.12 Организация и проведение кампаний в рекламе и связях с общественностью .....	7
Б1.В.13 Технологии производства рекламного продукта .....	8
Б1.В.14 Бенчмаркинг .....	8
Б1.В.15 Мобильный маркетинг .....	9
Б1.В.16 Рекламные технологии прямого и сетевого маркетинга.....	9
Б1.В.17 Технологии продаж.....	10
Б1.В.ДВ.01.01 GR-технологии.....	10
Б1.В.ДВ.01.02 Социальная реклама .....	11
Б1.В.ДВ.02.01 Современная пресс-служба.....	11
Б1.В.ДВ.02.02 Рекламное дело .....	11
Б1.В.ДВ.03.01 Выставочное дело .....	12
Б1.В.ДВ.03.02 Фирменный стиль организации.....	12
Б1.О.01 Философия.....	12
Б1.О.02 История (модуль).....	13
Б1.О.02.01 История России .....	13
Б1.О.02.02 Всеобщая история.....	13
Б1.О.03 Иностранный язык .....	14
Б1.О.04 Безопасность жизнедеятельности .....	16
Б1.О.05 Физическая культура и спорт .....	16
Б1.О.06 Бизнес-коммуникации .....	17
Б1.О.07 Лидерство и командное развитие.....	18
Б1.О.08 Логика и критическое мышление.....	18
Б1.О.09 Основы предпринимательства.....	18
Б1.О.10 Принципы и методы исследований и принятия решений .....	19
Б1.О.11 Проектный менеджмент .....	19
Б1.О.12 Основы работы с большими данными.....	20
Б1.О.13 Финансовая математика .....	20
Б1.О.14 Информатика .....	21
Б1.О.15 Основы экономической теории .....	21
Б1.О.16 Введение в специальность .....	21
Б1.О.17 История рекламы и связей с общественностью.....	22
Б1.О.18 Основы фото- и видеосъемки .....	22

Б1.О.19 Теория и практика массовой информации .....	23
Б1.О.20 Основы связей с общественностью .....	23
Б1.О.21 Речевое воздействие в рекламе и связях с общественностью .....	24
Б1.О.22 Журналистика .....	24
Б1.О.23 Региональный коммуникационный рынок .....	25
Б1.О.24 Основы менеджмента .....	26
Б1.О.25 Основы рекламы .....	26
Б1.О.26 Коммуникативистика .....	27
Б1.О.27 Основы маркетинга.....	27
Б1.О.28 Телевизионная журналистика.....	28
Б1.О.29 Правовое регулирование в рекламе и связях с общественностью .....	28
Б1.О.30 Внутрикorporативные коммуникации .....	29
Б1.О.31 Методика и техника проведения исследований в рекламе и связях с общественностью .....	29
Б1.О.32 Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов.....	30
Б1.О.33 Обработка и анализ информации маркетинговых исследований .....	30
Б1.О.34 Рекламный менеджмент .....	30
Б1.О.35 Реклама и связи с общественностью в различных сферах .....	31
Б1.О.36 Антикризисный PR .....	31
Б1.О.37 Экономика рекламы и связей с общественностью .....	32
Б1.О.38 Маркетинговые исследования .....	32
Б1.О.39 Графический дизайн .....	32
Б1.О.40 Управление интегрированными коммуникациями .....	33
Б1.О.41 Тайм-менеджмент .....	33
Б1.О.42 Составление текстов в рекламе и связях с общественностью.....	34
Б1.О.43 Интернет-реклама .....	34
Б1.О.44 Контент-анализ в рекламе и связях с общественностью .....	35
Б1.О.45 Имиджология и репутационный менеджмент .....	35
Б1.О.46 Основы медиапланирования.....	36
Б1.О.47 Брендинг .....	36
Б1.О.48 Психология маркетинговых коммуникаций .....	37
Б1.О.ДВ.01 Элективные дисциплины по физической культуре и спорту.....	37
Б2.В.01(П) Практика проектной деятельности .....	38
Б2.В.02(П) Профессионально-организационная практика .....	38
Б2.В.03(П) Научно-исследовательская работа.....	39
Б2.О.01(У) Профессионально-ознакомительная практика .....	39
Б2.О.02(П) Преддипломная практика .....	40
Б3.01(Д) Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы .	41
ФТД.В.01 Логика и теория аргументации в рекламе и связях с общественностью.....	42
ФТД.В.ДВ.01.01 Организация самостоятельной работы .....	42
ФТД.В.ДВ.01.02 Русский язык делового общения.....	43
ФТД.В.ДВ.01.03 Русский язык и культура речи .....	43

### **Б1.В.01 Спичрайтинг**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

*Семестр освоения:* 5.

*Форма промежуточного контроля:* зачет с оценкой.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

**ПК-8** Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

*Тематический план:*

Тема 1. Этапы работы над речью

Тема 2. Из истории развития риторики

Тема 3. Риторика и речевой идеал

Тема 4. Ораторская речь и функциональные стили литературного языка. Виды красноречия

Тема 5. Логические основы красноречия

Тема 6. Выражение как третий этап подготовки выступления

Тема 7. Произносительная сторона публичного выступления

Тема 8. Невербальное общение в деятельности оратора

### **Б1.В.02 Интернет-маркетинг и электронная коммерция**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

*Семестр освоения:* 5.

*Форма промежуточного контроля:* экзамен.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

**ПК-3** Способен проводить общий анализ сайта, выявлять наиболее популярные страницы, анализ оценки, замечаний, жалоб и предложений посетителей сайта, оценку эффективности работы сайта на основе имеющихся данных

**ПК-7** Способен проводить планирование работ по наполнению сайта, подготавливать задание для исполнителей, распределять и контролировать работы по созданию и редактированию контента, проводить мониторинг и оценку результатов выполнения работ, формулировать замечания

**ПК-10** Способен осуществлять поиск статистической и аналитической информации, отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ

*Тематический план:*

Тема 1. Интернет-маркетинг как объект научного исследования

Тема 2. Комплексный подход в интернет-маркетинге

Тема 3. Интернет-продвижение в независимой зоне поисковых систем

Тема 4. Социальные сети, сервисы и блогосфера

Тема 5. Контекстная и баннерная реклама

Тема 6. Основы SEO-оптимизации

Тема 7. Оценка эффективности интернет-продвижения

Тема 8. Интернет-маркетинговые стратегии

Тема 9. Вирусный маркетинг и нестандартные способы

Тема 10. Создание и поддержка информационных полей в интернете

Тема 11. Динамика и перспективы развития интернет-маркетинга

Тема 12. Информационные сети электронного бизнеса

Тема 13. Модели ведения электронной коммерции и система электронного обмена данными

Тема 14. Автоматизация идентификации товаров

Тема 15. Электронные платежи и системы электронных платежей.

Тема 16. Информационное обеспечение управления предприятием.

Тема 17. Электронные документы, используемые в электронной коммерции.

### **Б1.В.03 Медиарилейшенз**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

*Семестр освоения:* 6.

*Форма промежуточного контроля:* зачет.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

**ПК-2** Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

**ПК-8** Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

**ПК-9** Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа

**ПК-10** Способен осуществлять поиск статистической и аналитической информации, отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ

*Тематический план:*

Тема 1. Понятие медиарилейшенз. Современное состояние дисциплины.

Тема 2. Планирование PR- деятельности

Тема 3. СМИ в создании корпоративного имиджа и репутации

Тема 4. Управление информацией и моделирование новостей

Тема 5. Формы подачи информационно-новостных материалов

### **Б1.В.04 Коммуникативно-прагматический анализ и моделирование текста**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 144

в зачетных единицах – 4

*Семестр освоения:* 6.

*Форма промежуточного контроля:* экзамен.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

**ПК-3** Способен проводить общий анализ сайта, выявлять наиболее популярные страницы, анализ оценки, замечаний, жалоб и предложений посетителей сайта, оценку эффективности работы сайта на основе имеющихся данных

*Тематический план:*

Тема 1. Лингвистическая прагматика: проблемы и теории.

Тема 2. Дейксис. Теория референции.

Тема 3. Предложение: модус, диктум, модальность.

Тема 4. Экспликация актуального значения.

Тема 5. Теория аргументации. Теория коммуникации.

### **Б1.В.05 BTL-практикум**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

*Семестр освоения:* 6.

*Форма промежуточного контроля:* зачет с оценкой.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

**ПК-2** Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

**ПК-4** Способен разрабатывать концепции продвижения продукции СМИ, формирует коммуникационные цели и маркетинговые стратегии

**ПК-9** Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа

*Тематический план:*

Раздел 1. Рекламные возможности BTL-коммуникаций

Тема 1.1. Понятие и характеристика BTL-рекламы

Тема 1.2. Инструментарий BTL-рекламы

Тема 1.3. ATL-реклама и немедийные виды рекламы

Тема 1.4. Мерчендайзинг как коммуникация в сфере сбыта.

Раздел 2. Новые технологии в сфере BTL-коммуникаций

Тема 2.1. OutDoor – Retail как особый медиаканал

Тема 2.2. Рекламные материалы в местах продаж (POS-материалы)

Тема 2.3. Событийный маркетинг в системе BTL.

Тема 2.4. Букинг (booking) в торговом маркетинге.

Тема 2.5. Технический мерчендайзинг как технология эффективного управления рекламным оборудованием

### **Б1.В.06 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 144

в зачетных единицах – 4

*Семестр освоения:* 6.

*Форма промежуточного контроля:* экзамен.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

**УК-2** Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

**ПК-6** Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

**ПК-7** Способен проводить планирование работ по наполнению сайта, подготавливать задание для исполнителей, распределять и контролировать работы по созданию и редактированию контента, проводить мониторинг и оценку результатов выполнения работ, формулировать замечания

*Тематический план:*

Раздел 1. Функционально-организационные принципы построения отдела по связям с общественностью

Тема 1.1. Целесообразность, функции и задачи отдела по рекламе и связям с общественностью в структуре предприятия.

Место отдела по связям с общественностью в структуре предприятия. Тема 1.2. Особенности организации работы отделов по связям с общественностью в различных сферах.

Тема 1.3. Основы правового саморегулирования рекламно-коммуникационной деятельности.

Раздел 2. Функционально-организационные принципы построения рекламного отдела в организации

Тема 2.1. Целесообразность, функции и задачи отдела по рекламе структуре предприятия.

Тема 2.2. Привлечение рекламных и PR-агентств к реализации коммуникационной политики организации.

Раздел 3. Оценка эффективности работы отдела по рекламе и связям с общественностью  
Тема 3.1. Оценка эффективности работы отдела по связям с общественностью.

### **Б1.В.07 Event-маркетинг**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 144

в зачетных единицах – 4

*Семестр освоения:* 7.

*Форма промежуточного контроля:* экзамен.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

**ПК-2** Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

**ПК-4** Способен разрабатывать концепции продвижения продукции СМИ, формирует коммуникационные цели и маркетинговые стратегии

**ПК-6** Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

*Тематический план:*

Тема 1. Event-маркетинг в системе коммуникаций

Тема 2. Понятие события и виды событий в event-мероприятий

Тема 3. Планирование event-мероприятий

Тема 4. Продвижение event-мероприятий

Тема 5. Механизм реализации event-мероприятий

Тема 6. Оказание услуг в области event-маркетинга

### **Б1.В.08 Корпоративная айдентика**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

*Семестр освоения:* 7.

*Форма промежуточного контроля:* зачет.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

**ПК-2** Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

*Тематический план:*

Тема 1. Основные понятия корпоративной айдентики

Тема 2. Товарный знак и логотип как элементы фирменного стиля

Тема 3. Слоган как элемент фирменного стиля

Тема 4. Шрифт как элемент фирменного стиля

Тема 5. Цвет как элемент фирменного стиля

Тема 6. Средства идентификации компании, содержащие элементы фирменного стиля

### **Б1.В.09 Технологии презентации**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

*Семестр освоения:* 7.

*Форма промежуточного контроля:* зачет.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

**ПК-7** Способен проводить планирование работ по наполнению сайта, подготавливать задание для исполнителей, распределять и контролировать работы по созданию и

редактированию контента, проводить мониторинг и оценку результатов выполнения работ, формулировать замечания

**ПК-9** Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа

*Тематический план:*

Тема 1. Оценка коммуникативной ситуации при подготовке к презентации

Тема 2. Подготовка презентации

Тема 3. Проведение презентации

#### **Б1.В.10 Рекламное стимулирование торговой деятельности**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

*Семестр освоения:* 7.

*Форма промежуточного контроля:* экзамен.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

**ПК-5** Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

*Тематический план:*

Тема 1. Система, стандарт и правила мерчандайзинга

Тема 2. Планировка торгового зала, методы, коэффициенты планировки

Тема 3. Представление товаров в торговом зале: виды, методы и приемы выкладки

Тема 4. Реклама на месте продаж.

Тема 5. Цвет, свет, звуки, ароматы в мерчандайзинге

#### **Б1.В.11 Медиация в профессиональной деятельности**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

*Семестр освоения:* 7.

*Форма промежуточного контроля:* зачет с оценкой.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

**ПК-2** Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

**ПК-3** Способен проводить общий анализ сайта, выявлять наиболее популярные страницы, анализ оценки, замечаний, жалоб и предложений посетителей сайта, оценку эффективности работы сайта на основе имеющихся данных

**ПК-4** Способен разрабатывать концепции продвижения продукции СМИ, формирует коммуникационные цели и маркетинговые стратегии

*Тематический план:*

Раздел 1. Основы современной теории конфликта

Тема 1. Конфликт: понятие, структура, классификация. Динамика и причины конфликтов.

Тема 2. Управление конфликтами. Профилактика и урегулирование конфликтов.

Тема 3. Медиация как способ урегулирования конфликтов. Принципы и инструменты медиации.

Тема 4. Медиация в переговорном процессе.

#### **Б1.В.12 Организация и проведение кампаний в рекламе и связях с общественностью**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 144

в зачетных единицах – 4

*Семестр освоения:* 7.

*Форма промежуточного контроля:* экзамен.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

**УК-2** Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

**ПК-2** Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

**ПК-4** Способен разрабатывать концепции продвижения продукции СМИ, формирует коммуникационные цели и маркетинговые стратегии

**ПК-6** Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

*Тематический план:*

Раздел 1. Теоретические аспекты рекламной и PR-деятельности.

Тема 1. Рекламная кампания: понятие, виды и цели.

PR-кампания: понятие виды и цели

Тема 2. Классификационные подходы и структура кампании в РСО

Раздел 2. Этапы планирования реализация кампании в РСО

Тема 3. Аналитический этап кампаний в рекламе и связях с общественностью.

Тема 4. Этап стратегического планирования кампаний в рекламе и связях с общественностью.

Тема 5. Этап тактического планирования кампаний в рекламе и связях с общественностью.

Тема 6. Практическая

реализация кампаний в рекламе и связях с общественностью.

### **Б1.В.13 Технологии производства рекламного продукта**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 144

в зачетных единицах – 4

*Семестр освоения:* 7.

*Форма промежуточного контроля:* экзамен.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

**ПК-1** Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами

**ПК-2** Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

**ПК-5** Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

**ПК-8** Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

**ПК-9** Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа

*Тематический план:*

Тема 1. Введение. ТПРП как учебная дисциплина

Тема 2. Когнитивные аспекты воздействия в рекламе

Тема 3. Эмоциональный и поведенческий аспект воздействия в рекламе

Тема 4. Семиотика в рекламе

Тема 5. Теории рекламы

Тема 6. Креатив в рекламе

Тема 7. Технологии производства рекламной полиграфии



- Тема 8. Технологии производства рекламного продукта для электронных СМИ  
Тема 9. Технологии производства рекламного продукта для нетрадиционных носителей  
Тема 10. Технология наглядного представления информации

#### **Б1.В.14 Бенчмаркинг**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

*Семестр освоения:* 8.

*Форма промежуточного контроля:* зачет с оценкой.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

**ПК-4** Способен разрабатывать концепции продвижения продукции СМИ, формирует коммуникационные цели и маркетинговые стратегии

**ПК-5** Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

*Тематический план:*

Тема 1. Понятие и история развития бенчмаркинга

Тема 2. стратегические направления развития маркетинга

Тема 3. Концептуальные основы формирования теории маркетинговых решений

Тема 4. Дизайн маркетингового исследования

Тема 5. Методы получения и обработки маркетинговой информации

Тема 6. Бенчмаркинг и маркетинговые исследования в разработке стратегий маркетинга

#### **Б1.В.15 Мобильный маркетинг**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

*Семестр освоения:* 8.

*Форма промежуточного контроля:* зачет с оценкой.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

**ПК-2** Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

**ПК-9** Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа

*Тематический план:*

Тема 1. Понятие и сущность мобильного маркетинга

Тема 2. Инструменты мобильного маркетинга

Тема 3. Мобильная реклама

Тема 4. Мобильная коммерция

#### **Б1.В.16 Рекламные технологии прямого и сетевого маркетинга**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

*Семестр освоения:* 8.

*Форма промежуточного контроля:* экзамен.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

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

**ПК-2** Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

*Тематический план:*

Тема 1. Многоуровневая маркетинговая система: понятие и характеристика.

Тема 2. Бизнес-лидерство.

Тема 3. Инструменты директ-маркетинга

Тема 4. Коммуникативные технологии в прямом и сетевом маркетинге.

Тема 5. Психолого-управленческие аспекты прямого и сетевого маркетинга.

### **Б1.В.17 Технологии продаж**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

*Семестр освоения:* 8.

*Форма промежуточного контроля:* зачет.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

**ПК-2** Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

**ПК-3** Способен проводить общий анализ сайта, выявлять наиболее популярные страницы, анализ оценки, замечаний, жалоб и предложений посетителей сайта, оценку эффективности работы сайта на основе имеющихся данных

**ПК-4** Способен разрабатывать концепции продвижения продукции СМИ, формирует коммуникационные цели и маркетинговые стратегии

**ПК-5** Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

*Тематический план:*

Тема 1. Маркетинговый аспект продажи

Тема 2. Коммуникационные и психологические аспекты продажи

Тема 3. Организационная структура отдела продаж

Тема 4. Построение бизнес-процесса продаж

Тема 5. Основные этапы продажи

Тема 6. Презентация в продаже и стратегии работы с возражениями клиента

Тема 7. Работа с проблемными клиентами в процессе продаж

Тема 8. Нейролингвистическое программирование (НЛП) в системе продаж

### **Б1.В.ДВ.01.01 GR-технологии**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

*Семестр освоения:* 7.

*Форма промежуточного контроля:* зачет.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

**ПК-3** Способен проводить общий анализ сайта, выявлять наиболее популярные страницы, анализ оценки, замечаний, жалоб и предложений посетителей сайта, оценку эффективности работы сайта на основе имеющихся данных

**ПК-6** Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

*Тематический план:*

Тема 1. Теория GR: основные понятия и концепции

- Тема 2. Технологические субъекты GR  
Тема 3. Основные GR-технологии  
Тема 4. Теория лоббизма: основные понятия и концепции  
Тема 5. Лоббизм в современном мире

### **Б1.В.ДВ.01.02 Социальная реклама**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

*Семестр освоения:* 7.

*Форма промежуточного контроля:* зачет.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

**ПК-3** Способен проводить общий анализ сайта, выявлять наиболее популярные страницы, анализ оценки, замечаний, жалоб и предложений посетителей сайта, оценку эффективности работы сайта на основе имеющихся данных

**ПК-6** Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

*Тематический план:*

Тема 1. Теоретические основы социальной рекламы

Тема 2. История становления и развития социальной рекламы

Тема 3. Средства распространения социальной рекламы

Тема 4. Технологии воздействия социальной рекламы

Тема 5. Социальная реклама в системе социального маркетинга

### **Б1.В.ДВ.02.01 Современная пресс-служба**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

*Семестр освоения:* 7.

*Форма промежуточного контроля:* зачет.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

**ПК-2** Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

**ПК-9** Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа

*Тематический план:*

Тема 1. Государственная служба как открытая система: информационная политика и проблема информационной безопасности

Тема 2. Становление и основные направления деятельности российских государственных пресс-служб

Тема 3. Структура и принципы организации современной пресс-службы

Тема 4. Формы и методы аналитической работы со временных пресс-служб, исследования информационных потоков

Тема 5. Пресс-служба администрации Президента России

Тема 6. Основные направления работы ДИП МИД РФ

Тема 7. Роль Российского информационного центра и Союза журналистов России в системе общественных связей.

### **Б1.В.ДВ.02.02 Рекламное дело**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

*Семестр освоения:* 7.

*Форма промежуточного контроля:* зачет.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

**ПК-2** Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

**ПК-9** Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа

*Тематический план:*

Тема 1. Рекламный процесс и его составляющие

Тема 2. Формирование рекламной стратегии

Тема 3. Исследования в рекламе

Тема 4. Реклама в печатных СМИ

Тема 5. Полиграфическая реклама

Тема 6. Реклама в электронных средствах массовой коммуникации

Тема 7. Наружные и транзитные средства распространения рекламы

Тема 8. Вспомогательные виды рекламы

### **Б1.В.ДВ.03.01 Выставочное дело**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

*Семестр освоения:* 8.

*Форма промежуточного контроля:* зачет.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

**ПК-6** Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

*Тематический план:*

Тема 1. Выставки в рекламно-коммуникационной деятельности организации

Тема 2. История выставочно-ярмарочного движения

Тема 3. Планирование и организация выставочной деятельности

Тема 4. Оформление выставочного стенда

Тема 5. Выставочный период

Тема 6. Оценка эффективности участия в выставке

Тема 7. Законодательное обеспечение выставочной деятельности

### **Б1.В.ДВ.03.02 Фирменный стиль организации**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

*Семестр освоения:* 8.

*Форма промежуточного контроля:* зачет.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

**ПК-6** Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

*Тематический план:*

Тема 1. Роль и значение фирменного стиля в имидже организации.

Тема 2. Ключевые элементы фирменного стиля.

Тема 3. Носители элементов фирменного стиля.

Тема 4. Нейминг и разработка логотипа как элементы фирменного стиля.

Тема 5. Корпоративная идентификация бизнеса.

Тема 6. Рестайлинг и редизайн.

### **Б1.О.01 Философия**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 144

в зачетных единицах – 4

*Семестр освоения:* 4.

*Форма промежуточного контроля:* экзамен.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

*Тематический план:*

1. Природа философского знания

Тема 1.1. Возникновение философии. От мифа к Логосу

Тема 1.2. Специфика философского знания

Тема 1.3. Предмет философии как методологическая проблема

2. История философии

Тема 2.1. Ранняя, средняя и высокая греческая классика

Тема 2.2. Философия эллинизма и римского периодов

Тема 2.3. Философия европейского средневековья

Тема 2.4. Философия эпохи Возрождения

Тема 2.5. Философия Нового времени

Тема 2.6. Немецкая классическая философия

Тема 2.7. Постклассическая философия XIX- начала XX в.

Тема 2.8. Современная западная философия

Тема 2.9. Русская философия XIX-XX вв.

3. Онтология. Теория познания. Философия науки

Тема 3.1. Онтология

Тема 3.2. Теория познания

Тема 3.3. Философия науки

4. Социальная философия

Тема 4.1. Предмет социальной философии. Специфика социального знания. Социальная организация общества

Тема 4.2. Философская антропология

Тема 4.3. Проблема общественного прогресса в социальной философии и истории социальной мысли

### **Б1.О.02 История (модуль)**

#### **Б1.О.02.01 История России**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

*Семестр освоения:* 1.

*Форма промежуточного контроля:* зачет.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

*Тематический план:*

Тема 1. Введение. История – область знаний и гуманитарная наука.

Раздел I. От Древности к Средневековью. Становление российской государственности (IX–середина XVI вв.).

Тема 2. Славяне в древности: происхождение, расселение на территории Европы, социально-экономическая, духовная, политическая жизнь (этногенез).

Тема 3. Теории происхождения и основные этапы истории древнерусского государства.

Тема 4. Феодалная (удельная) раздробленность.

Тема 5. Специфика процесса централизации единого российского государства.

Раздел II. Политический перелом. Движение от сословно-представительной монархии к абсолютизму (середина XVI – рубеж XVII–XVIII вв.).

Тема 6. Необходимость укрепления российской государственности в середине XVI в. Реформы Ивана Грозного.

Тема 7. Смута как всесторонний кризис государственности.

Тема 8. Трансформация политической системы в XVII в.

Раздел III. Новое время. История России периода империи (XVIII–начало XX вв.).

Тема 9. Россия на рубеже XVII–XVIII вв. Модернизация Петра I.

Тема 10. «Просвещённый абсолютизм» и его особенности в России.

Тема 11. Кризис самодержавно-крепостнической системы, необходимость радикальных изменений. Реформы и контрреформы.

Тема 12. Общественно-политические движения.

Тема 13. Эпоха революционных потрясений.

Раздел IV. Новейшая история. Эпоха советской и постсоветской модернизации (XX–начало XXI вв.).

Тема 14. Становление советской власти. Социально-экономические и политические трансформации в период между мировыми войнами.

Тема 15. Великая Отечественная война.

Тема 16. Застой и Перестройка: нарастание кризисных явлений, попытки осуществления экономических и политических реформ.

Тема 17. Россия на пути новой модернизации.

### **Б1.О.02.02 Всеобщая история**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

*Семестр освоения:* 2.

*Форма промежуточного контроля:* зачет.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

*Тематический план:*

Тема 1. Введение. Предмет изучения, методология. источники, периодизация. Факторы, влиявшие на исторический процесс.

Тема 2. Древние общества и цивилизации Востока, Африки, Азии. Древние общества Америки.

Тема 3. Античные цивилизации Средиземноморья: Древняя Греция и Древний Рим. Общее и особенное. Вклад в мировое развитие.

Тема 4. Средневековье. Характерные черты европейского и азиатского феодализма. Возрождение. Расцвет средневековья. Позднее средневековье.

Тема 5. Мировые религии и их роль в эпоху средневековья. От крестовых походов до реформации.

Тема 6. Великие географические открытия и их роль в мировой истории.

Тема 7. Новое время. Английская буржуазная революция и ее всемирно-историческое значение. Новые концепции мира, государства и общества.

Тема 8. Война за независимость в Северной Америке и образование США.

Тема 9. Великая французская буржуазная революция. От декларации прав и свобод человека и гражданина к созданию империи. Наполеон и войны за передел мира.

Тема 10. Развитие капитализма. Промышленная революция, трансформация общества, развитие общественно-политических движений и партий в странах мира в XIX веке. Активизация радикальных течений.

Тема 11. Колониальный раздел мира и основные противоречия между великими державами в XIX веке. Объединение Германии. Формирование блоков и союзов. Первая мировая война и ее историческое значение. Крушение Российской империи в результате революций 1917г. и образование Советской России.

Тема 12. Развитие мира между первой и мировой войнами. Фашизм. Обострение социально-экономических, политических и духовных противоречий. Вторая мировая война и ее историческое значение для мира.

Тема 13. Развитие мира после второй мировой войны. Роль международных организаций в обеспечении безопасности мира. Крушение колониальной системы и создание неокOLONIALИЗМА. Борьба двух систем. Противостояние СССР и Запада, «холодная война». Модернизация мира в условиях глобализма.

Тема 14. Формирование новых социально-политических теорий после второй мировой войны. Признание международным сообществом прав и свобод человека высшей ценностью и практика становления государства всеобщего благоденствия и социальных государств как ответ на вызов времени.

Тема 15. Социалистический мир после Второй мировой войны: попытки интеграции, трудности и противоречия в «социалистическом лагере», причины его крушения

Тема 16. Кризис в СССР и его распад. Становление новой структуры мира и новых государств. Проблемы постсоветского пространства.

Тема 17. Современные проблемы мира, их причины и возможные пути разрешения противоречий и конфликтов. Реформы и революции в современном мире.

Тема 18. Наука и культура, научно-технический прогресс во второй половине XX – начале XXI в.

### **Б1.О.03 Иностранный язык**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 360

в зачетных единицах – 10

*Семестр освоения:* 1,2,3.

*Форма промежуточного контроля:* зачет,зачет,экзамен.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

*Тематический план:*

Раздел 1. Человек и его окружение

Тема 1.1. Представление себя и других

Тема 1.2. Описание внешности и деловых качеств человека

Тема 1.3. Работа в команде

Раздел 2. Развитие современного общества

Тема 2.1. Изобретения, изменившие жизнь человека

Тема 2.2. Новые технологии общения

Тема 2.3. Виртуальный и реальный мир

Раздел 3. Межкультурная коммуникация

Тема 3.1. Иностранный язык как средство межкультурного общения

Тема 3.2. Деловой этикет стран изучаемого языка

Тема 3.3. Проблема ассимиляции в иной культурной среде  
Раздел 4. Международные деловые контакты  
Тема 4.1. Планирование деловой поездки  
Тема 4.2. Пребывание за границей  
Тема 4.3. Ведение переговоров  
Раздел 5. Возможности  
Тема 5.1. Составляющие успеха  
Тема 5.2. Истории успеха  
Тема 5.3. Амбиции и возможности  
Раздел 6. Первые шаги в карьере  
Тема 6.1. Требования, предъявляемые к современному специалисту  
Тема 6.2. Трудоустройство  
Тема 6.3. Новые формы занятости

#### **Б1.О.04 Безопасность жизнедеятельности**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

*Семестр освоения:* 2.

*Форма промежуточного контроля:* зачет.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

**УК-8** Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций

*Тематический план:*

Раздел 1. Защита населения от опасностей в чрезвычайных ситуациях

Тема 1.1. Безопасность жизнедеятельности. Основные понятия и определения

Тема 1.2. Российская система предупреждения и ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций (РСЧС)

Тема 1.3. Аварии на ядерно-опасных объектах

Раздел 2 Основы экстремальной медицины (медицина катастроф)

Тема 2.1 Открытые повреждения – раны

Тема 2.2. Кровотечения. Острое малокровие

Тема 2.3. Переломы костей. Транспортная иммобилизация Травматический шок

Тема 2.4. Ожоги. Отморожения. Электрические травмы. Утопление

Тема 2.5. Закрытые повреждения

Тема 2.6. Основы реанимации

#### **Б1.О.05 Физическая культура и спорт**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

*Семестр освоения:* 1.

*Форма промежуточного контроля:* зачет.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

*Тематический план:*

Раздел 1. Теоретический

Тема 1.1. Теоретические основы физической культуры.

Тема 1.2 Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов. История развития самбо в России и мире.

Тема 1.3. Анатомия и физиология человека. Влияние физической культуры на организм



Тема 1.4. Здоровый образ жизни и средства физической культуры в регулировании работоспособности

Итого по разделу:

Раздел 2 Методико-практический

Тема 2.1. Методика эффективных и экономичных способов овладения жизненно важными умениями и навыками (плавание).

Тема: 2.2. Простейшие методики самооценки работоспособности, усталости, утомления и применения средств физической культуры для их направленной коррекции.

Тема: 2.3. Методика составления индивидуальных программ физического самовоспитания и занятий оздоровительно, рекреационной и восстановительной направленности.

Тема: 2.4. Основы методики самомассажа.

Тема: 2.5. Методика корригирующей гимнастики для глаз.

Тема: 2.6. Методика составления и проведения простейших самостоятельных занятий физическими упражнениями гигиенической и тренировочной направленности.

Тема: 2.7. Методы оценки и коррекции осанки и телосложения.

Тема: 2.8. Методы самоконтроля состояния здоровья и физического развития.

Тема: 2.9. Методика самоконтроля за функциональным состоянием организма.

Тема: 2.10. Методика проведения учебно-тренировочного занятия.

Тема: 2.11. Методы самооценки специальной физической и спортивной подготовленности по избранному виду спорта.

Тема: 2.12. Методика индивидуального подхода и применения средств для направленного развития отдельных физических качеств.

Тема: 2.13.

Методы регулирования психоэмоционального состояния на занятиях физическими упражнениями и спортом.

Тема: 2.14. Средства и методы релаксации в спорте.

Тема: 2.15. Методика самостоятельного освоения отдельных элементов профессионально-прикладной физической подготовки.

Тема: 2.16. Методика проведения производственной гимнастики с учетом заданных условий и характера труда.

### **Б1.О.06 Бизнес-коммуникации**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

*Семестр освоения:* 1.

*Форма промежуточного контроля:* зачет.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

*Тематический план:*

Тема 1. Понятие бизнес-коммуникации. Грамотность делового человека.

Тема 2. Психология бизнес-коммуникации. Работа с целевыми аудиториями бизнес-коммуникации.

Тема 3. Особенности делового языка. Типология бизнес-текстов.

Тема 4. Стилистика и литературное редактирование. Подготовка публикаций.

Тема 5. Подготовка и реализация публичных выступлений. Искусство презентаций и самопрезентации.

Тема 6. Стратегии и тактики переговорной деятельности.

Тема 7. Бизнес-коммуникация в интернет-среде.

Тема 8.Связи с общественностью в структуре корпоративных коммуникаций.

### **Б1.О.07 Лидерство и командное развитие**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

*Семестр освоения:* 2.

*Форма промежуточного контроля:* зачет.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

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

*Тематический план:*

Раздел 1. Личностная конкурентоспособность и работа в команде

Тема 1.1. Психотипы и роли

Тема 1.2. Командопостроение, мотивация

Тема 1.3. Управление стрессом. Формирование навыков личностной стрессоустойчивости

Тема 1.4. Формы коллективной работы и коммуникация в команде

Раздел 2. Лидерство: цель или средство?

Тема 2.1. Имиджелогия: искусство успеха и лидерства

Тема 2.2. Психология конфликтов: умение управлять конфликтом

Тема 2.3. Фасилитация и рефлексия как искусство управления и технология изменений

### **Б1.О.08 Логика и критическое мышление**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

*Семестр освоения:* 1.

*Форма промежуточного контроля:* зачет.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

*Тематический план:*

Раздел I. Язык как средство познания. Операции с понятиями.

Тема 1. Мышление и язык. Логические основания критического мышления.

Тема 2. Логическая структура понятия.

Тема 3. Определение и деление понятий.

Итого по разделу:

Раздел II. Суждение и умозаключение как форма отражения действительности.

Тема 4. Анализ суждений.

Тема 5. Дедуктивные умозаключения.

Тема 6. Правдоподобные умозаключения.

Итого по разделу:

Раздел III. Критическое мышление: цели, особенности, основные характеристики.

Тема 7. Теория решения изобретательских задач (ТРИЗ).

Тема 8. Эвристические методы поиска новых идей.

Тема 9. Развитие творческого мышления.

Тема 10. Логико-эпистемические аспекты аргументации.

### **Б1.О.09 Основы предпринимательства**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

*Семестр освоения:* 3.

*Форма промежуточного контроля:* зачет с оценкой.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

**УК-2** Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

*Тематический план:*

Тема 1. Становление предпринимательства

Тема 2. Предпринимательская идея

Тема 3. Как организовать бизнес

Тема 4 Поиск инвесторов для создания бизнеса

Тема 5. Инструменты успешного предпринимательства

Тема 6 . Государственная поддержка предпринимательской деятельности

Тема 7. Барьеры в предпринимательской деятельности

Тема 8. Предприниматель как лидер предпринимательской команды

Тема 9. НГУЭУ – как вуз предпринимательского типа

### **Б1.О.10 Принципы и методы исследований и принятия решений**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

*Семестр освоения:* 3.

*Форма промежуточного контроля:* зачет.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

**УК-2** Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

*Тематический план:*

Раздел 1. Развитие системного и критического мышления

Тема 1.1. Мыслить по-новому: базовые установки и принципы принятия решений в условиях нестабильности

Тема 1.2. Самоопределение

Раздел 2. Основы исследовательской деятельности

Тема 2.1. Целеполагание, цели и приоритеты

Тема 2.2. Методология исследований и анализа проблемной ситуации

Тема 2.3. Планирование, анализ и контроль

Раздел 3. Принятие эффективных решений в современных условиях

Тема 3.1. Разработка альтернатив и критерии принятия решений

Тема 3.2. Ресурсы и риски в процессе принятия решений

Тема 3.3. Оценка результатов

Тема 3.4. Ответственность

Раздел 4. Технология исследования при выполнении ВКР

Технология исследования при выполнении ВКР

### **Б1.О.11 Проектный менеджмент**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

*Семестр освоения:* 3.

*Форма промежуточного контроля:* зачет с оценкой.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

**УК-2** Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

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

*Тематический план:*

Тема 1. Проектный менеджмент как инструмент управления социально-экономическими системами

Тема 2. Целеполагание и результаты проекта

Тема 3. Системный подход к управлению проектами

Тема 4. Планирование проекта

Тема 5. Управление ресурсами и стоимостью проекта

Тема 6. Управление рисками

Тема 7. Самоменеджмент руководителя проекта

Тема 8. Практика управления проектами

### **Б1.О.12 Основы работы с большими данными**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

*Семестр освоения:* 3.

*Форма промежуточного контроля:* зачет.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

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

*Тематический план:*

Тема 1. Введение в большие данные.

Тема 2. Культура работы с данными.

Тема 3. Специфика рынка данных.

Тема 4. Методы анализа массивов данных

Тема 5. Программные средства и системы хранения данных.

### **Б1.О.13 Финансовая математика**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

*Семестр освоения:* 4.

*Форма промежуточного контроля:* зачет.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

**УК-2** Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

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

*Тематический план:*

Тема 1. Измеримость экономических явлений

Тема 2. Неопределенность в экономике

Тема 3. Правила принятия финансовых решений

Тема 4. Управление личным благосостоянием

### **Б1.О.14 Информатика**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

*Семестр освоения:* 1.

*Форма промежуточного контроля:* зачет.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

*Тематический план:*

Тема 1. Предмет «Информатика». Основные понятия информатики, виды информации и свойства

Тема 2. Кодирование информации

Тема 3. Технические и программные средства реализации информационных процессов

Тема 4. Работа с информацией в Интернете

Тема 5. Основы защиты информации

Тема 6. Автоматизация обработки документов

### **Б1.О.15 Основы экономической теории**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

*Семестр освоения:* 2.

*Форма промежуточного контроля:* зачет с оценкой.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

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

*Тематический план:*

Раздел 1. Введение в экономическую теорию

Тема 1.1. Экономическая теория: предмет и метод

Тема 1.2. Собственность и экономические системы общества

Тема 1.3. Основы рыночной экономики

Раздел 2. Микроэкономика

Тема 2.1. Механизм функционирования рынка

Тема 2.2. Рынки факторов производства и формирования факторных доходов

Тема 2.3. Фирма в системе рыночных отношений

Раздел 3. Макроэкономика

Тема 3.1. Функционирование национальной экономики и измерение ее результатов

Тема 3.2. Равновесие национальной экономики и экономический рост

Тема 3.3. Цикличность развития экономики и экономические кризисы

Тема 3.4. Макроэкономическая нестабильность: безработица и инфляция

Тема 3.5. Государственное регулирование национальной экономики

Тема 3.6. Финансовая система и финансовая политика государства

Тема 3.7. Денежно-кредитная система и политика государства

### **Б1.О.16 Введение в специальность**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 180

в зачетных единицах – 5

*Семестр освоения:* 1.

*Форма промежуточного контроля:* экзамен.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

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

*Тематический план:*

Тема 1. Основы интегрированных коммуникаций

Тема 2. Реклама и связи с общественностью как коммуникационная деятельность

Тема 3. Виды и средства распространения рекламы

Тема 4. Направления и виды PR

Тема 5. Современный специалист по рекламе и связям с общественностью

Тема 6. Регулирование коммуникационной деятельности в России

Тема 7. Планирование и проведение интегрированных коммуникационных кампаний

### **Б1.О.17 История рекламы и связей с общественностью**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

*Семестр освоения:* 1.

*Форма промежуточного контроля:* зачет.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

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

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

*Тематический план:*

Раздел 1. История рекламных коммуникаций

Тема 1.1 Генезис рекламных коммуникаций

Тема 1.2. Реклама в эпоху средневековья и нового времени

Тема 1.3. Становление рекламы как профессиональной деятельности

Тема 1.4. Развития рекламы в России

Тема 1.5. Современный рекламный рынок

Раздел 2. История PR - коммуникаций

Тема 2.1 Эволюция связей с общественностью за рубежом

Тема 2.2. Развитие связей с общественностью в России

### **Б1.О.18 Основы фото- и видеосъемки**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 144

в зачетных единицах – 4

*Семестр освоения:* 1.

*Форма промежуточного контроля:* экзамен.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

**ОПК-1** Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

*Тематический план:*

Раздел 1. Введение в фотодело

Тема 1.1. Устройство современного фотоаппарата

Тема 1.2. Экспозиция

Раздел 2. Технологические аспекты создания фотоизображения

Тема 2.1. Свет в фотографии

Тема 2.2. Композиция и психология восприятия.

Тема 2.3. Обработка цифровых фотографий

Раздел 3. Создание видеопродукции

Тема 3.1. Основы создания видео.

Тема 3.2. Съёмочный процесс.

### **Б1.О.19 Теория и практика массовой информации**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 144

в зачетных единицах – 4

*Семестр освоения:* 1.

*Форма промежуточного контроля:* экзамен.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

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

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

*Тематический план:*

Раздел 1. Массовая информация в отечественном и мировом культурном процессе

Тема 1.1. Средства массовой информации: понятие, структура, функции

Тема 1.2. Феномен массовой информации в аспекте достижений отечественной и мировой культуры

Тема 1.3. Своеобразие запросов и потребностей современного общества в массовой информации

Раздел 2 Содержание и специфика профессиональной деятельности в сфере массовой информации

Тема 2.1. Практика создания медиатекстов и коммуникационных продуктов

Тема 2.2. Профессиональная деятельность в сфере массовой информации и социальная ответственность

### **Б1.О.20 Основы связей с общественностью**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 180

в зачетных единицах – 5

*Семестр освоения: 2.*

*Форма промежуточного контроля: экзамен.*

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

**ОПК-1** Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

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

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

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

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

*Тематический план:*

Тема 1. Предмет, цель и задачи курса «Основы связей с общественностью»

Тема 2. Связи с общественностью как социальный феномен

Тема 3. СМИ как основной канал воздействия PR-технологий

Тема 4. Формы подачи новостных материалов и организация PR-коммуникаций

Тема 5. PR-кампания: методология и технология

Тема 6. Управление имиджем

Тема 7. Связи с общественностью в политике

Тема 8. Социальный PR

Тема 9. PR-деятельность в Интернет

### **Б1.О.21 Речевое воздействие в рекламе и связях с общественностью**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

*Семестр освоения: 2.*

*Форма промежуточного контроля: экзамен.*

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

**ОПК-1** Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

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

*Тематический план:*

Тема 1. Общая характеристика речевого воздействия.

Тема 2. Методы речевого воздействия в рекламе

Тема 3. Проблемы и принципы убеждающей коммуникации

Тема 4. Принципы создания эффективных рекламных текстов

### **Б1.О.22 Журналистика**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

*Семестр освоения: 2.*

*Форма промежуточного контроля: экзамен.*



*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

**ОПК-1** Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

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

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

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

**ПК-8** Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

*Тематический план:*

Тема 1. Основные компоненты системы СМИ и характер их взаимодействия с социальной средой.

Тема 2. Информационный рынок как фактор трансформации системы СМИ.

Тема 3. Типологическая структура печатных СМИ.

Тема 4. История журналистики XVIII в.

Тема 5. История журналистики XIX в.

Тема 6. История журналистики XX в.

### **Б1.О.23 Региональный коммуникационный рынок**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 144

в зачетных единицах – 4

*Семестр освоения:* 2.

*Форма промежуточного контроля:* экзамен.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

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

*Тематический план:*

Тема 1. Коммуникационный рынок: понятие и признаки

Тема 2. Основные элементы коммуникационного рынка, их характеристика и взаимосвязь

Тема 3. Классификация субъектов коммуникационного рынка

Тема 4. Общая характеристика российского коммуникационного рынка и его тенденции развития

Тема 5. Структура регионального коммуникационного рынка

Тема 6. Основные элементы регионального коммуникационного рынка

Тема 7. Функции субъектов регионального коммуникационного рынка

Тема 8. Спектр услуг субъектов регионального коммуникационного рынка

Тема 9. Особенности ведения бизнеса на рынке коммуникационных услуг

## Тема 10. Региональные тенденции и тренды на рынке коммуникационных услуг

### **Б1.О.24 Основы менеджмента**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

*Семестр освоения:* 2.

*Форма промежуточного контроля:* зачет.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

**УК-2** Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

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

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

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

*Тематический план:*

Раздел 1. Введение в теорию менеджмента

Тема 1 Сущность и содержание понятия «менеджмент»

Тема 2. Организация как система

Тема 3. Внутренняя и внешняя среда организации

Раздел 2. Функции управления

Тема 4. Планирование как функция менеджмента

Тема 5. Функция организации

Тема 6. Организационные структуры управления. Делегирование полномочий

Тема 7. Функция мотивации

Тема 8. Функция контроля

Раздел 3. Организационные процессы в управлении

Тема 9. Коммуникации в менеджменте

Тема 10. Процесс принятия управленческих решений

Раздел 4. Руководство в теории менеджмента

Тема 11. Функции руководителей

Тема 12. Власть и лидерство

Тема 13. Объект и предмет конфликта

Тема 14. Организационная культура

Тема 15. Организационные изменения

Тема 16. Деловая этика

Тема 17. Социальная ответственность организации

### **Б1.О.25 Основы рекламы**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 180

в зачетных единицах – 5

*Семестр освоения:* 3.

*Форма промежуточного контроля:* экзамен.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

**ОПК-1** Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

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

*Тематический план:*

Раздел 1. Теоретические основы и история развития рекламы как вида деятельности

Тема 1.1. Основы рекламы в системе маркетинга

Тема 1.2. Социально-психологические основы рекламы

Тема 1.3. Рекламное обращение.

Раздел 2. Средства распространения рекламы

Тема 2.1. Новые и нестандартные виды рекламы

Тема 2.2. Цифровая (digital) реклама

Тема 2.3. Вспомогательные рекламные средства

Тема 2.4. Международная реклама.

Раздел 3. Управление рекламной деятельностью

Тема 3.1. Разработка рекламной кампании

Тема 3.2. Контроль рекламной деятельности

Тема 3.3. Оценка эффективности рекламной деятельности

#### **Б1.О.26 Коммуникативистика**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 144

в зачетных единицах – 4

*Семестр освоения:* 3.

*Форма промежуточного контроля:* экзамен.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

Тема 1. Теория коммуникативистики как наука и учебная дисциплина.

Тема 2. Истоки и основные этапы развития теории коммуникативистики.

Тема 3. Коммуникационный процесс.

Тема 4. Вербальная коммуникация.

Тема 5. Формы речевой коммуникации.

Тема 6. Невербальная коммуникация.

Тема 7. Функция и масштаб.

#### **Б1.О.27 Основы маркетинга**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 144

в зачетных единицах – 4

*Семестр освоения:* 3.

*Форма промежуточного контроля:* экзамен.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

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

*Тематический план:*

Раздел 1. Сущность маркетинга и его основные приемы

Тема 1.1. Понятие и основные принципы маркетинга.

Тема 1.2. Эволюция развития маркетинга

Тема 1.3. Сегментация рынка и позиционирование товара

Раздел 2. Комплекс маркетинга

Тема 2.1. Товар и товарная политика в маркетинге

Тема 2.2. Ценообразование в маркетинге.

Тема 2.3. Система распределения и товародвижения

Тема 2.4. Маркетинговые коммуникации

Раздел 3 Управление маркетинговой деятельностью в организации.

Тема 3.1. Планирование в маркетинге

Тема 3.2. Структура маркетинговой среды как источника информации для принятия маркетинговых решений

### **Б1.О.28 Телевизионная журналистика**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

*Семестр освоения:* 3.

*Форма промежуточного контроля:* экзамен.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

**ОПК-1** Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

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

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

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

**ПК-8** Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

*Тематический план:*

Тема 1. Место телевидения в системе средств массовой коммуникации

Тема 2. История тележурналистики в России

Тема 3. Природа современного телевидения

Тема 4. Телевизионный сценарий

Тема 5. Жанры телевизионной журналистики

Тема 6. Журналистские профессии на телевидении

### **Б1.О.29 Правовое регулирование в рекламе и связях с общественностью**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

*Семестр освоения:* 4.

*Форма промежуточного контроля:* зачет.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

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

*Тематический план:*

Тема 1. Законодательное обеспечение деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

Тема 2. Правовой статус субъектов, осуществляющих деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью.

Тема 3. Административный надзор в сфере рекламы.

Тема 4. Правовой режим рекламы и правовой режим информации при осуществлении связей с общественностью.

Тема 5. Юридическая ответственность в сфере рекламы и связей с общественностью.

### **Б1.О.30 Внутрикorporативные коммуникации**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

*Семестр освоения:* 4.

*Форма промежуточного контроля:* зачет с оценкой.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

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

*Тематический план:*

Тема 1. Внутрикorporативные коммуникации: каналы, инструменты и основные направления

Тема 2. Формирование корпоративной культуры как одно из направлений внутрикorporативных коммуникаций

Тема 3. Внутрикorporативные коммуникации, связанные с управлением персоналом

Тема 4. Внутрикorporативные коммуникации, связанные с организацией оплаты труда

Тема 5. Внутрикorporативные коммуникации, связанные с организацией труда работников и повышению эффективности их труда

Тема 6. Внутрикorporативные коммуникации, связанные с социальными процессами в коллективе: адаптацией работников, их мотивацией, конфликтами

Тема 7. Межличностные и деловые коммуникации

### **Б1.О.31 Методика и техника проведения исследований в рекламе и связях с общественностью**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 144

в зачетных единицах – 4

*Семестр освоения:* 4.

*Форма промежуточного контроля:* экзамен.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

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

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

*Тематический план:*

Тема 1. Рекламные и PR-исследования: их назначение, виды и характеристика

Тема 2. Программа рекламного и PR-исследования

Тема 3. Количественный и качественный подходы к сбору информации в рекламных и PR-исследованиях

Тема 4. Количественные методы в рекламных и PR-исследованиях

Тема 5. Качественные методы в рекламных и PR-исследованиях

Тема 6. Подготовка и представление научного отчета по результатам рекламных и PR-исследований

### **Б1.О.32 Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

*Семестр освоения:* 4.

*Форма промежуточного контроля:* зачет с оценкой.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

**ОПК-1** Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

*Тематический план:*

Тема 1. Функциональная стилистика

Тема 2. Практическая стилистика

Тема 3. Литературное редактирование

### **Б1.О.33 Обработка и анализ информации маркетинговых исследований**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

*Семестр освоения:* 4.

*Форма промежуточного контроля:* экзамен.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

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

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

*Тематический план:*

Тема 1. Подготовка к анализу данных. Описательная статистика.

Тема 2. Анализ взаимосвязей переменных.

Тема 3. Анализ взаимосвязей качественных и количественных переменных.

Тема 4. Использование моделей регрессионного анализа.

Тема 5. Исследование структуры данных с помощью факторного анализа.

Тема 6. Кластерный анализ данных.

### **Б1.О.34 Рекламный менеджмент**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

*Семестр освоения:* 4.

*Форма промежуточного контроля:* зачет.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

**УК-2** Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

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

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

*Тематический план:*

Тема 1. Правовые основы рекламной деятельности.

Тема 2. Средства распространения рекламы

Тема 3. Рекламный менеджмент. Функции рекламного менеджмента

Тема 4. Планирование рекламной деятельности

Тема 5. Контроль рекламной деятельности

Тема 6. Оценка эффективности рекламной деятельности

### **Б1.О.35 Реклама и связи с общественностью в различных сферах**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

*Семестр освоения:* 4.

*Форма промежуточного контроля:* зачет с оценкой.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

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

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

*Тематический план:*

Тема 1. Информационно-коммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью

Тема 2. Реклама и связи с общественностью в политической сфере

Тема 3. Реклама и связи с общественностью в социальной сфере

Тема 4. Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Тема 5. Реклама и связи с общественностью в сфере услуг

### **Б1.О.36 Антикризисный PR**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

*Семестр освоения:* 5.

*Форма промежуточного контроля:* зачет.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

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

*Тематический план:*

Тема 1. Сущность кризиса

Тема 2. Антикризисный PR в условиях подготовки к кризису

Тема 3. Антикризисный PR в условиях кризиса

Тема 4. Антикризисный PR в конфликтных ситуациях

Тема 5. Антикризисный PR в процедурах банкротства

### **Б1.О.37 Экономика рекламы и связей с общественностью**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

*Семестр освоения:* 5.

*Форма промежуточного контроля:* зачет.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

*Тематический план:*

Тема 1. Сфера рекламы и связей с общественностью в рыночной экономике

Тема 2. Предприятие – основное звено в рыночной экономике

Тема 3. Планирование деятельности предприятий рекламы и связей с общественностью

Тема 4. Основной и оборотный капитал предприятия сферы рекламы и связей с общественностью

Тема 5. Издержки производства и себестоимость рекламной продукции и услуг. Ценообразование на рынке рекламных услуг.

Тема 6. Прибыль и рентабельность. Финансовые ресурсы предприятий.

Тема 7. Составление рекламного бюджета. Оценка эффективности рекламы.

### **Б1.О.38 Маркетинговые исследования**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 180

в зачетных единицах – 5

*Семестр освоения:* 5.

*Форма промежуточного контроля:* экзамен.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

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

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

*Тематический план:*

Раздел 1. Методология маркетинговых исследований



Тема 1.1. Маркетинговые исследования: их необходимость, классификация и этапы  
Тема 1.2. Программа маркетингового исследования: разделы и требования к ее построению  
Тема 1.3. Характеристика основных видов маркетинговых исследований  
Тема 1.4. Методологические вопросы маркетинговых исследований  
Раздел 2. Методы маркетинговых исследований  
Тема 2.1. Методы количественных маркетинговых исследований  
Тема 2.2. Методы качественных маркетинговых исследований  
Тема 2.3. Методы количественно-качественных маркетинговых исследований  
Тема 2.4. Анализ и обработка данных маркетинговых исследований

### **Б1.О.39 Графический дизайн**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

*Семестр освоения:* 5.

*Форма промежуточного контроля:* экзамен.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

*Тематический план:*

Тема 1. Понятие и сущность дизайна

Тема 2. Особенности развития архитектуры и дизайна

Тема 3. Компьютерная графика

Тема 4. Понятие формы

Тема 5. Понятие симметрия, асимметрия, нюанс, контраст, тождество

Тема 6. Информативность формы. Комбинаторное формообразование

Тема 7. Визуальный язык

Тема 8. Графическое представление информации

Тема 9. Основы теории цвета. Теория цветовой гармонии. Символика цвета

Тема 10. Типографика

### **Б1.О.40 Управление интегрированными коммуникациями**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

*Семестр освоения:* 5.

*Форма промежуточного контроля:* зачет с оценкой.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

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

*Тематический план:*

Тема 1. Коммуникационный процесс

Тема 2. Структура комплекса маркетинговых коммуникаций

Тема 3. Стратегические решения в коммуникационной политике организаций

Тема 4. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций

Тема 5. Паблик рилейшнз в системе маркетинговых коммуникаций

- Тема 6. Стимулирование сбыта в системе маркетинговых коммуникаций
- Тема 7. Прямой маркетинг
- Тема 8. Личные продажи
- Тема 9. Фирменный стиль, бренд и брендинг
- Тема 10. Выставки и ярмарки
- Тема 11. Нестандартные виды маркетинговых коммуникаций
- Тема 12. Интегрированный подход к маркетинговым коммуникациям
- Тема 13. Планирование и оценка эффективности маркетинговых коммуникаций

#### **Б1.О.41 Тайм-менеджмент**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

*Семестр освоения:* 5.

*Форма промежуточного контроля:* зачет с оценкой.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

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

*Тематический план:*

Тема 1. Сущность и содержание системы тайм-менеджмента. Время в деятельности менеджера и принципы его эффективного использования.

Тема 2. Принятие решений о приоритетах в тайм-менеджменте. Планирование личной карьеры менеджера и роль тайм-менеджмента в данном процессе.

Тема 3. Методы рационализации времени современного менеджера, их характеристика и их роль в повышении эффективности деятельности организации. Делегирование полномочий и тайм-менеджмент.

Тема 4. Тайм-менеджмент как важный инструмент организационного развития  
Корпоративный тайм-менеджмент, перспективы развития.

#### **Б1.О.42 Составление текстов в рекламе и связях с общественностью**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

*Семестр освоения:* 5.

*Форма промежуточного контроля:* экзамен.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

**ОПК-1** Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

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

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

*Тематический план:*

Тема 1. Аспекты изучения текстов: структурно-семантический, функционально семантический, коммуникативно-прагматический

Тема 2. Жанры и разновидности рекламного и PR текстов, их специфика

Тема 3. Позиционирующие тексты: имидж личности.

#### Тема 4. Система текстов: текстовое наполнение сайтов

### **Б1.О.43 Интернет-реклама**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

*Семестр освоения:* 5.

*Форма промежуточного контроля:* экзамен.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

**ОПК-1** Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

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

*Тематический план:*

Раздел 1. Введение в интернет-рекламу

Тема 1.1. Особенности маркетинговых коммуникаций в Интернете

Тема 1.2. Поисковое продвижение

Тема 1.3. Контекстная реклама

Тема 1.4. Медийная реклама

Тема 1.5. Продвижение в интернет-сообществах

Раздел 2. Управление эффективностью интернет-рекламы

Тема 2.1. Введение в веб-аналитику

Тема 2.2. Определение целевой интернет-аудитории

Тема 2.3. Выбор рекламных инструментов

Тема 2.4. Таргетирование интернет-рекламы

Тема 2.5. Конструирование страниц приземления с рекламы

Тема 2.6. Мониторинг Интернета

Раздел 2. Управление эффективностью интернет-рекламы

Тема 3.1. Процесс веб-производства

Тема 3.2. Взаимодействие с субъектами рынка веб-производства

Тема 3.3. Взаимодействие с субъектами рынка интернет-рекламы

### **Б1.О.44 Контент-анализ в рекламе и связях с общественностью**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

*Семестр освоения:* 6.

*Форма промежуточного контроля:* зачет с оценкой.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

**ПК-1** Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами

*Тематический план:*

Тема 1. Анализ документов в социальных исследованиях

Тема 2. Понятие, история, сферы применения, типы контент-анализа

Тема 3. Логика построения программы исследования методом контент-анализа

Тема 4. Процедура контент-анализа

### **Б1.О.45 Имиджелогия и репутационный менеджмент**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

*Семестр освоения:* 6.

*Форма промежуточного контроля:* экзамен.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

*Тематический план:*

Раздел 1. Введение

Тема 1.1. Репутация, имидж и социальная ответственность

Итого по разделу:

Раздел 2 Управление репутацией

Тема 2.1. Сущность репутации. Исследование репутации.

Тема 2.2. Методы формирования и управления репутацией.

Тема 2.3. Методы оценки репутации компании.

Итого по разделу:

Раздел 3 Управление имиджем

Тема 3.1. Понятие имиджа. Предмет и функции имиджелогии

Тема 3.2. Персональный и корпоративный имидж, особенности их формирования

Тема 3.3. Методология и технология имиджмейкинга

### **Б1.О.46 Основы медиапланирования**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 180

в зачетных единицах – 5

*Семестр освоения:* 6.

*Форма промежуточного контроля:* экзамен.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

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

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

*Тематический план:*

Тема 1. Медиапланирование рекламной кампании

Тема 2. Средства распространения рекламы

Тема 3. Целевая аудитория и рекламоносители

Тема 4. Специфика потребления информации современной аудиторией

Тема 5. Стратегия и тактика медиапланирования

Тема 6. Расчет бюджета рекламной кампании

Тема 7. Исследования аудитории СМК

Тема 8. Особенности изучения теле-, радиоаудитории

### **Б1.О.47 Брендинг**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

*Семестр освоения:* 7.

*Форма промежуточного контроля:* зачет с оценкой.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

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

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

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

*Тематический план:*

Тема 1. Имидж, идентификация и элементы бренда

Тема 2. Классификации брендов и правовое обеспечение брендов

Тема 3. Процесс управления брендом

Тема 4. Архитектура брендов, портфель брендов и его виды

Тема 5. Создание бренда и позиционирование бренда

Тема 6. Характеристики сложившегося бренда

#### **Б1.О.48 Психология маркетинговых коммуникаций**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

*Семестр освоения:* 8.

*Форма промежуточного контроля:* экзамен.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

*Тематический план:*

Тема 1. Общепсихологические модели и реклама

Тема 3. Эмоционально-рациональный баланс рекламного обращения

Тема 5. Психологическое воздействие на потребителя и его механизмы

Тема 6. Проблема психологической экспертизы рекламы и оценки ее эффективности

#### **Б1.О.ДВ.01 Элективные дисциплины по физической культуре и спорту**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 340

в зачетных единицах – 0

*Семестр освоения:* 2,3,4,5,6.

*Форма промежуточного контроля:* зачет,зачет,зачет,зачет,зачет.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

*Тематический план:*

Раздел 1.Теоретический

Тема 1.1.Общая физическая подготовка.

Тема 1.2.Атлетическая гимнастика

Тема 1.3. Легкая атлетика  
Тема 1.4. Плавание  
Раздел 2. Практический (1 тема по выбору)  
Тема 2. 1 Общая физическая подготовка, с элементами:  
2.1.1. баскетбола,  
2.1.2. волейбола,  
2.1.3. настольного тенниса;  
2.1.4. фитнес-аэробики;  
2.1.5. единоборств (на базе самбо).  
Тема 2.2 Атлетическая гимнастика  
Тема 2.3 Легкая атлетика  
Тема 2.4. Плавание

### **Б2.В.01(П) Практика проектной деятельности**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

*Семестр освоения:* 6.

*Форма промежуточного контроля:* зачет с оценкой.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

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

**ПК-1** Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами

**ПК-2** Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

**ПК-3** Способен проводить общий анализ сайта, выявлять наиболее популярные страницы, анализ оценки, замечаний, жалоб и предложений посетителей сайта, оценку эффективности работы сайта на основе имеющихся данных

**ПК-4** Способен разрабатывать концепции продвижения продукции СМИ, формирует коммуникационные цели и маркетинговые стратегии

**ПК-5** Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

**ПК-6** Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

### **Б2.В.02(П) Профессионально-организационная практика**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

*Семестр освоения:* 7.

*Форма промежуточного контроля:* зачет с оценкой.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

**УК-2** Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

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

**УК-8** Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций

**ПК-4** Способен разрабатывать концепции продвижения продукции СМИ, формирует коммуникационные цели и маркетинговые стратегии

**ПК-6** Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

**ПК-7** Способен проводить планирование работ по наполнению сайта, подготавливать задание для исполнителей, распределять и контролировать работы по созданию и редактированию контента, проводить мониторинг и оценку результатов выполнения работ, формулировать замечания

**ПК-8** Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

**ПК-9** Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа

**ПК-10** Способен осуществлять поиск статистической и аналитической информации, отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ

### **Б2.В.03(П) Научно-исследовательская работа**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 216

в зачетных единицах – 6

*Семестр освоения:* 5,6.

*Форма промежуточного контроля:* зачет с оценкой, зачет с оценкой.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

**УК-2** Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

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

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

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

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

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

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

**ПК-10** Способен осуществлять поиск статистической и аналитической информации, отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ

### **Б2.О.01(У) Профессионально-ознакомительная практика**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 216

в зачетных единицах – 6

*Семестр освоения:* 4.

*Форма промежуточного контроля:* зачет с оценкой.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

**УК-2** Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

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

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

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

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

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

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

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

## **Б2.О.02(П) Преддипломная практика**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 324

в зачетных единицах – 9

*Семестр освоения:* 8.

*Форма промежуточного контроля:* зачет с оценкой.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

**УК-2** Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

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

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

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

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

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

**УК-8** Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций

**ОПК-1** Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем



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

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

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

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

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

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

### **Б3.01(Д) Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 324

в зачетных единицах – 9

*Семестр освоения:* 8.

*Форма промежуточного контроля:* экзамен.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

**УК-2** Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

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

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

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

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

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

**УК-8** Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций

**ОПК-1** Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

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

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

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

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

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

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

**ПК-1** Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами

**ПК-2** Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

**ПК-3** Способен проводить общий анализ сайта, выявлять наиболее популярные страницы, анализ оценки, замечаний, жалоб и предложений посетителей сайта, оценку эффективности работы сайта на основе имеющихся данных

**ПК-4** Способен разрабатывать концепции продвижения продукции СМИ, формирует коммуникационные цели и маркетинговые стратегии

**ПК-5** Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

**ПК-6** Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

**ПК-7** Способен проводить планирование работ по наполнению сайта, подготавливать задание для исполнителей, распределять и контролировать работы по созданию и редактированию контента, проводить мониторинг и оценку результатов выполнения работ, формулировать замечания

**ПК-8** Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

**ПК-9** Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа

**ПК-10** Способен осуществлять поиск статистической и аналитической информации, отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ

### **ФТД.В.01 Логика и теория аргументации в рекламе и связях с общественностью**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 36

в зачетных единицах – 1

*Семестр освоения:* 7.

*Форма промежуточного контроля:* зачет.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

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

**ПК-2** Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

*Тематический план:*

Тема 1. Предмет и значение логики

- Тема 2. Логика и язык
- Тема 3. Понятие как форма мышления и инструмент аргумента
- Тема 4. Суждение, его структура и логические свойства
- Тема 5. Основные принципы правильного мышления и формально-логические законы
- Тема 6. Умозаключение как форма мышления
- Тема 7. Логические основы теории аргументации
- Тема 8. Стратегия и тактика аргументации и критики
- Тема 9. Правила и ошибки аргументации. Логические ошибки
- Тема 10. Приемы убеждения и аргументации в рекламе исвязях с общественностью

#### **ФТД.В.ДВ.01.01 Организация самостоятельной работы**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 36

в зачетных единицах – 1

*Семестр освоения:* 1.

*Форма промежуточного контроля:* зачет.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

**УК-2** Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

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

*Тематический план:*

Тема 1. Подходы к пониманию и организации самостоятельной работы обучающихся

Тема 2. Учебная деятельность как вид самостоятельной работы обучающихся

Тема 3. Исследовательская деятельность студента как вид самостоятельной работы

#### **ФТД.В.ДВ.01.02 Русский язык делового общения**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 36

в зачетных единицах – 1

*Семестр освоения:* 1.

*Форма промежуточного контроля:* зачет.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

*Тематический план:*

Тема 1. Языковые нормы делового общения

Тема 2. Коммуникативные аспекты делового общения

Тема 3. Деловой этикет и служебно-деловое общение

Тема 4. Официально-деловой стиль: общая характеристика и нормативные требования

Тема 5. Классификация деловых документов, их языковые особенности

Тема 6. Правила составления производственной документации

Тема 7. Правила составления деловой корреспонденции и ведения переписки

#### **ФТД.В.ДВ.01.03 Русский язык и культура речи**

*Общая трудоемкость освоения дисциплины:*

в академических часах – 36

в зачетных единицах – 1

*Семестр освоения:* 1.

*Форма промежуточного контроля:* зачет.

*Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины*

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

*Тематический план:*

Раздел 1. Теоретические основы культуры речи

Тема 1.1. Понятие культуры речи

Тема 1.2. Нормативный компонент культуры речи

Тема 1.3. Коммуникативный и этический компоненты культуры речи

Раздел 2 Нормы современного русского литературного языка

Тема 2.1. Современный русский литературный язык как система

Тема 2.2. Орфоэпия и культура речи

Тема 2.3. Лексика, фразеология и культура речи

Тема 2.4. Грамматика и культура речи

Тема 2.5. Словари и справочники русского языка

Раздел 3. Стилистика русского языка

Тема 3.1. Система функциональных стилей современного русского литературного языка

Тема 3.2. Научный стиль

Тема 3.3. Официально-деловой стиль

Тема 3.4. Публицистический стиль