

**Аннотации рабочих программ дисциплин (практик)  
ОП направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,  
профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии»,  
год набора 2014, форма обучения: очная и заочная**

**Аннотация рабочей программы дисциплины  
«Иностранный язык»**

**1. Цели и задачи изучения дисциплины**

**Целью** освоения дисциплины «Иностранный язык» является повышение исходного уровня владения иностранным языком, приобретенного на предыдущей ступени образования, овладение обучающимися необходимым уровнем коммуникативно-когнитивных компетенций для преодоления социально-коммуникативных трудностей в бытовой, учебно-познавательной, социально-культурной и профессиональной сферах деятельности.

**Задачи** дисциплины:

- совершенствование слухопроизносительных и ритмико-интонационных навыков;
- формирование речевых экспрессивно-лексических и грамматических навыков на коммуникативном уровне;
- совершенствование фонетических навыков;
- совершенствование умений и навыков говорения на темы, связанные с профессиональной деятельностью без подготовки;
- формирование навыков и развитие умений письма;
- формирование навыков и развитие умений в диалогической и монологической формах общения;
- формирование и развитие умений в беспереводном чтении и аудировании;
- обучение чтению текста про себя, понимание основного содержания текста средней трудности без использования словаря;
- обучение письменной речи (написание деловых писем, пресс релизов, пресс китов, рекламных текстов, сочинений и. т. д);
- дальнейшее формирование и развитие умений и навыков формально-смыслового анализа текста;
- совершенствование умений и навыков краткого изложения текста;
- совершенствование навыков по грамматике;
- обучение исправлению ошибок в устном и письменном сообщениях;
- обучение реферированию статей по рекламе и неадаптированных текстов средней трудности по специальности.

**2. Место дисциплины в структуре ОП**

Дисциплина «Иностранный язык» относится к базовой части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате изучения дисциплины «Иностранный язык» обучающиеся должны:

**Знать:**

- системную организацию языка на фонетическом, лексическом, словообразовательном, грамматическом (морфологическом и синтаксическом) уровнях;

- видовременные формы глагола;
- модальные глаголы;
- правила перевода в косвенную речь;
- основные грамматические конструкции;
- основы и особенности перевода технической литературы.

**Уметь:**

- использовать знание иностранного языка в профессиональной деятельности и межличностном общении;
- переводить устно и письменно материалы, специализированные на печатных технологиях на английском языке;
- представлять монологическую, диалогическую речь по изучаемым темам;
- разрабатывать и представлять презентации в рамках изучаемых тем;
- приемами активизации творческих способностей в массово-коммуникативной деятельности.

**Владеть:**

- специальной терминологией, необходимым лексическим минимумом;
- пониманием письменного и устного перевода технического, научно-познавательного или ориентированного на информационные технологии текста, передачи прочитанного, разговора на английском языке с использованием технической, научной или компьютерной терминологии;
- иностранным языком в объеме, необходимом для возможности получения информации из зарубежных источников,
- критическим восприятием информации.

**4. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц (288 академических часов).

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./ зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
Очная	1	1	72/2	36	-	36	-	36	-	зачет
Очная	1	2	54/1,5	36	-	36	-	18	-	зачет
Очная	2	3	72/2	36	-	36	-	36	-	зачет
Очная	3	4	90/2,5	36	-	36	-	18	36	экзамен
<b>Итого очная:</b>			<b>288/8</b>	<b>144</b>	-	<b>144</b>	-	<b>108</b>	<b>36</b>	
заочная	1	1	49/1,4	12	2	10		33	4	зачет
заочная	1	2	14/0,4	8		8		2	4	зачет
заочная	2	3	61/1,7	6		6		46	9	экзамен
заочная	3	4	164/4,5	6		6		149	9	экзамен
<b>Итого заочная:</b>			<b>288/8</b>	<b>32</b>	<b>2</b>	<b>30</b>		<b>230</b>	<b>26</b>	

## **Аннотация рабочей программы дисциплины «История»**

### **1. Цели и задачи изучения дисциплины**

К **основным целям** освоения дисциплины «История» следует отнести:

- расширение и углубление у обучающихся знаний об основных закономерностях всемирно-исторического процесса;
- изучение истории России в ее проблемно-сравнительном варианте в рамках мировой эволюции человеческого общества.

К **основным задачам** освоения дисциплины «История» следует отнести:

- дать представление об основных этапах и содержании всеобщей истории с древнейших времен до наших дней;
- показать на примерах из различных эпох органическую взаимосвязь российской и мировой истории;
- на основе исторического анализа и проблемного подхода осмыслить процессы и явления в России и в мировом сообществе в их динамике и взаимосвязи, руководствуясь принципами научной объективности, историзма и толерантности;
- в процессе обучения воспитать понимание гражданственности;
- показать, по каким проблемам отечественной истории ведутся сегодня дискуссии в российской и зарубежной историографии.

### **2. Место дисциплины в структуре ОП**

Учебная дисциплина «История» относится к базовой части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Для освоения учебной дисциплины, обучающиеся должны владеть следующими знаниями и компетенциями:

специальные требования к входным знаниям, умениям и компетенциям обучающегося не предусматриваются.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин: Политология, Правоведение.

### **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения дисциплины (модуля) у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

#### ***Знать:***

- основные события мировой и российской истории;
- основы базисных наук об обществе.

#### ***Уметь:***

- анализировать, обобщать и воспринимать информацию;
- ставить цель и формулировать задачи по её достижению;
- применять на практике принцип толерантности в повседневной жизни.

#### ***Владеть:***

- принципами исторического мышления;
- навыками работы в коллективе.

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 академических часа).

Форма обучения	Курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего Час./зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические)	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
очная	1	1	54/1,5	36	18	18		18		зачет
очная	1	2	90/2,5	36	18	18		18	36	экзамен
<b>Итого очная:</b>			<b>144/4</b>	<b>72</b>	<b>36</b>	<b>36</b>		<b>36</b>	<b>36</b>	
заочная	1	1	144/4	16	8	8		119	9	экзамен

## Аннотация рабочей программы дисциплины «Философия»

### 1. Цели и задачи изучения дисциплины

К **основным целям** освоения дисциплины «Философия» следует отнести:

- совершенствование духовной культуры;
- формирование философского мировоззрения обучающихся;
- овладение основами философского анализа действительности.

**Задачами** дисциплины являются:

- раскрытие места и роли философии в жизни общества и человека;
- понимание специфики и сущности важнейших философских вопросов;
- систематизированное изучение основных этапов истории философии, важнейших направлений и школ;
- постижение опыта решения узловых философских проблем.

### 2. Место дисциплины в структуре ОП

Настоящая дисциплина относится к базовой части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Дисциплина «Философия» занимает особое место в системе подготовки любого специалиста, так как лежит в основе его мировоззренческой и методологической подготовки.

Специальные требования к входным знаниям, умениям и компетенциям обучающегося не предусматриваются.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин: политология, правоведение.

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате изучения дисциплины «Философия» обучающиеся должны:

***Знать:***

- содержание основных философских идей и категорий;
- основные принципы и способы самоорганизации и самообразования.

***Уметь:***

- использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;
- самостоятельно получать необходимые знания.

***Владеть:***

- культурой мышления;
- навыками самоорганизации и самообразования.

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4зачетных единицы (144академических часа).

Форма обучения	Курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего Час./ зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические)	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
очная	2	3	54/1,5	36	18	18		18		Зачет
очная	2	4	90/2,5	36	18	18		18	36	Экзамен
<b>Итого очная:</b>			<b>144/4</b>	<b>72</b>	<b>36</b>	<b>36</b>		<b>36</b>	<b>36</b>	
заочная	1	2	81/2,3	2	2	-	-	79	-	-
заочная	2	3	29/0,8	8	4	4		17	4	Зачет
заочная	2	4	34/0,9	8	4	4		17	9	Экзамен
<b>Итого заочная:</b>			<b>144/4</b>	<b>18</b>	<b>10</b>	<b>8</b>		<b>113</b>	<b>13</b>	

## **Аннотация рабочей программы дисциплины «Культура России: человек, общество, государство»**

### **1. Цели и задачи изучения дисциплины**

**Целью** изучения дисциплины «Культура России» является усвоение представления об особенностях отечественного историко-культурного процесса, характере государственности и специфике российского общества на разных этапах его развития.

**Задачами** изучения дисциплины «Культура России» являются:

- увидеть и проанализировать основные закономерности отечественного историко-культурного процесса;
- составить представление о взаимодействии личности, общества и государственной системы на разных этапах истории русской культуры
- познакомиться с важнейшими памятниками русской культуры на каждом ее этапе;;
- научиться систематизировать полученную информацию и представлять материал в различных формах.

### **2. Место дисциплины в структуре ОП**

Учебная дисциплина «Культура России: человек, общество, государство» относится к базовой части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Для изучения данной дисциплины целесообразно использовать знания, умения и навыки, получаемые в ходе предшествующего и параллельного изучения следующих дисциплин: «История».

Данная учебная дисциплина взаимосвязана с другими гуманитарными и социальными дисциплинами. Она способствует осознанию поступательного развития общества, его единства и противоречивости, пониманию взаимосвязи с другими гуманитарными, социальными и естественнонаучными знаниями, выработке системных представлений о развитии мира во всех его проявлениях.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин: "Философия", "Социология", "Психология".

### **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

**Знать:**

- специфику государственно-правовых основ в историко-культурном контексте.

**Уметь:**

- понимать и анализировать историко-культурный материал

**Владеть:**

- : навыками практического использования теоретических знаний.

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./ зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
очная	1	2	72/2	36	18	18	-	36	-	Зачет
заочная	1	2	36/1	2	2	-	-	34	-	-
заочная	3	6	36/1	10	4	6	-	22	4	Зачет
<b>Итого заочная:</b>			<b>72/2</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>-</b>	<b>56</b>	<b>4</b>	



## Аннотация рабочей программы дисциплины «Социология»

### 1. Цели и задачи изучения дисциплины

**Цели** освоения учебной дисциплины «Социологии»:

- формирование у обучающихся целостного представления о современном обществе, закономерностях его развития и преобразования, основ социологической культуры;
- развитие способности к анализу общественных проблем, сопоставлению и оценке возможных путей их решения.

**Задачи** освоения дисциплины:

- изучение специфики, структуры, функций, факторов возникновения и этапов развития социологии как науки;
- знание основных направлений современной социологической мысли, их концептуально-теоретического, методологического и технологического потенциала;
- овладение знанием понятийно-категориального и методологического арсенала социологи, формирование навыков их применения к анализу проблем развития социальных систем;
- достижение понимания специфики социально-культурной реальности как объекта исследования, закономерностей развития общества как целостной системы и ее подсистем, структурных элементов;
- выработка навыков самостоятельного применения некоторых приемов и методов социологических исследований.

### 2. Место дисциплины в структуре ОП

Данная учебная дисциплина относится к базовой части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины основывается на компетенциях, приобретаемых обучающимися в результате освоения учебных дисциплин «История» и «Философия».

Формируемые данной учебной дисциплиной знания, умения и навыки, являются условием эффективного освоения следующих дисциплин учебного плана: «Психологии», «Менеджмент», «Маркетинг»

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате изучения дисциплины «Социология» обучающиеся должны:

**Знать:**

- закономерности развития коллектива и факторы формирования его позитивного нравственно-психологического климата;
- основные методы сбора первичной социологической информации, порядок организации и проведения социологического исследования;
- закономерности, принципы, основные виды и методы социального прогнозирования.

**Уметь:**

- применять принципы и методы теории коммуникации и этики общения для формирования гармоничных отношений в коллективе;
- применять принципы организации и методы сбора социологической информации;
- применять знания о закономерностях, принципах и методах прогнозирования в процессе разработки социальных прогнозов.

**Владеть:**

- коммуникативной, этической и конфликтологической культурой;
- навыками применения основных методов и процедур проведения социологического исследования;
- навыками применения приемов и методов прогнозирования при разработке социальных прогнозов.

**4. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единицы (180 академических часов).

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./ зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
Очная	2	3	54/1,5	36	18	18		18		Зачет
Очная	2	4	126/3,5	36	18	18		54	36	экзамен
<b>Итого очная:</b>			<b>180/5</b>	<b>72</b>	<b>36</b>	<b>36</b>		<b>72</b>	<b>36</b>	
заочная	1	2	9/0,25	2	2	-	-	7	-	-
заочная	3	5	83/2,3	12	6	6		67	4	Зачет
заочная	3	6	88/2,4	12	6	6		67	9	Экзамен
<b>Итого заочная:</b>			<b>180/5</b>	<b>26</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>-</b>	<b>141</b>	<b>13</b>	

## **Аннотация рабочей программы дисциплины «Психология»**

### **1. Цели и задачи изучения дисциплины**

**Целью** изучения дисциплины «Психология» является повышение психологической культуры обучающихся, знакомство с ведущими концепциями и идеями в области психологии, овладение психологическими знаниями и умение их применять и использовать в практике профессиональной и личной жизни.

**К задачам** изучения дисциплины «Психология» следует отнести:

- сформировать у обучающихся понимание системы и структуры современной психологии;
- привить обучающимся базовые знания об основных понятиях и терминах отечественной и зарубежной психологии;
- раскрыть особенности различных направлений современной психологии;
- дать базовые знания (представления) по основным отраслям психологии;

### **2. Место дисциплины в структуре ОП**

Дисциплина «Психология» относится к базовой части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих за ней дисциплин: Психология массовых коммуникаций.

### **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

#### ***Знать:***

- место и роль психологии в жизни человека и общества; ключевые положения и принципы виднейших представителей мировой психологической мысли (начиная с возникновения и кончая современностью);
- базовые психологические понятия и категории, их сущность и специфику; психологические основы социальных и экономических проблем современности.

#### ***Уметь:***

- правильно оперировать психологическими категориями на практике, самостоятельно провести психологический анализ, аргументировано выразить и отстаивать свою психологическую позицию; интерпретировать собственные психические состояния и владеть элементарными приемами саморегуляции;
- дать психологическую характеристику личности по параметрам темперамента, акцентуированности, способностей; ориентироваться в разнообразной психологической литературе.
- предупреждать и разрешать межличностные конфликты.

#### ***Владеть:***

- методикой психологического анализа и оценки задач, текстов, диалогов, ситуаций, дискуссий;
- знаниями дисциплины для психологического анализа действительности, для выбора жизненной и профессиональной позиции;
- основами психологической общения.

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 академических часов).

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./ зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
Очная	2	4	90/2,5	36	18	18		54		зачет
Очная	3	5	90/2,5	36	18	18		18	36	экзамен
<b>Итого очная:</b>			<b>180/5</b>	<b>72</b>	<b>36</b>	<b>36</b>		<b>72</b>	<b>36</b>	
Заочная	1	2	9/0,25	2	2			7		
Заочная	2	3	117/3,25	10	6	4		103	4	зачет
Заочная	3	5	54/1,5	10	6	4		35	9	экзамен
<b>Итого заочная</b>			<b>180/5</b>	<b>22</b>	<b>14</b>	<b>8</b>		<b>145</b>	<b>13</b>	

## Аннотация рабочей программы дисциплины «Экономика»

### 1. Цели и задачи изучения дисциплины

**Цель** изучения дисциплины: получить знания по обоснованию принятия эффективных управленческих решений, целостное представление об экономике организации, выработать системное экономическое мышление, научиться решать комплексные экономические задачи, овладеть и применять современные методы экономического анализа, сформировать навыки проведения экономических расчетов и использовать их для обоснования принятия управленческих решений.

**Задачи** изучения дисциплины:

- изучение особенностей функционирования организаций различных хозяйственно-правовых форм в динамически изменяющейся рыночной среде;
- выработка и закрепление навыков проведения комплексных экономических расчетов;
- выработка умений определения и обоснования выбора экономически целесообразной стратегии и тактики хозяйственной деятельности организации;
- системное изучение экономического инструментария, оценки уровня экономической эффективности деятельности организации, способов максимизации прибыли, минимизации убытков и обеспечения конкурентоспособности продукции;
- освоение методов прогнозирования развития экономических процессов и выработки стратегии развития организации.
- 

### 2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Экономика» относится к базовой части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате изучения дисциплины «Экономика» обучающиеся должны:

**Знать:**

- принципы и методы управления и организации работы рекламных и PR – служб;

**Уметь:**

- принимать эффективные организационно-управленческие решения по разработке и внедрению системы корпоративной социальной ответственности фирмы;

**Владеть:**

- навыками по организации и оперативному планированию рекламной и PR деятельности и деятельности фирмы.

#### 4. Объём дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./ зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
Очная	1	1	108/3	36	18	18	-	36	36	экзамен
Заочная	1	1	108/3	14	6	8	-	85	9	экзамен

## Аннотация рабочей программы дисциплины «Менеджмент»

### 1. Цели и задачи изучения дисциплины

**Основной целью** изучения дисциплины «Менеджмент» является обучение основам управленческой деятельности в организации посредством создания у них теоретической базы знаний о менеджменте и освоения ими приёмов анализа и моделирования управленческих ситуаций.

**Задачи** дисциплины:

- сформировать представление о понятийном аппарате и методологии менеджмента;
- дать знания о наиболее важных этапах развития менеджмента как науки и искусства управления, научных школах и подходах в менеджменте;
- помочь приобрести умение применять теоретические знания в области менеджмента на практике, в частности, в деятельности, касающейся управления людьми и процессами на предприятиях, где работают специалисты по рекламе и связям с общественностью;
- развить навыки в области самоменеджмента.

### 2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Менеджмент» относится к базовой части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Дисциплина «Основы менеджмента» взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП:

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик: Экономика; Основы рекламы, Основы связей с общественностью; История.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин (практик): Основы маркетинга; Управление проектами.

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины (модуля) у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

**Знать:**

- организационные культуры, понимать на чем основаны особенности поведения различных людей;
- теорию управления организациями, классификации организаций, основные организационные структуры.

**Уметь:**

- прогнозировать поведение коллег, направлять его;
- применять на практике принципы и методы научных школ менеджмента.

**Владеть:**

- навыками активногослушания;
- подходами менеджмента.

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 академических часов).

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./ зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
очная	2	3	108/3	36	18	18		36	36	экзамен
заочная	3	5	9/0,25	2	2	-	-	7	-	-
	3	6	99/2,75	16	4	12	-	74	9	экзамен
<b>Итого заочная</b>			<b>108/3</b>	<b>18</b>	<b>6</b>	<b>12</b>	<b>-</b>	<b>81</b>	<b>9</b>	



## Аннотация рабочей программы дисциплины «Экономика предприятия»

### 1. Цели и задачи дисциплины

Основной **целью** изучения данной дисциплины является овладение знаниями в области экономических категорий и понятий хозяйственной деятельности предприятия.

Основными **задачами** дисциплины являются:

- ознакомление с основами рыночной экономики предприятия, с методами рационального использования ресурсов и управления предприятием с целью получения максимальной прибыли;
- рассмотрения основных элементов хозяйственного механизма функционирования предприятия;
- освоение новых форм и методов хозяйствования, предопределяемых требованиями рыночной экономики;
- изучение особенностей экономики и организации предприятий различных форм собственности.

### 2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Экономика предприятия» относится к базовой части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик: «Экономика».

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих за ней дисциплин:

- «Экономическая оценка эффективности бренда»;
- «Управление проектами»;
- «Управление стартапом».

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

#### **Знать:**

- нормативно – правовую базу, регулирующую финансово – хозяйственную деятельность предприятия;
- методы планирования деятельности предприятия и обоснования управленческих решений;
- методы оценки деятельности предприятия.

#### **Уметь:**

- вырабатывать управленческие решения, исходя из анализа рыночных вариантов, в целях повышения эффективности деятельности предприятия;
- формировать систему планов деятельности предприятия;
- проводить анализ финансовой отчетности и использовать полученные результаты в целях обоснования планов и управленческих решений;
- формировать систему показателей и использовать современные технологии сбора и обработки информации в целях оценки деятельности предприятия.

#### **Владеть:**

- навыками сбора и обработки необходимых для разработки планов данных;
- методами планирования деятельности предприятия в области рекламы и связей с общественностью;

-методами обоснования управленческих решений и организации их выполнения;  
 -методами выявления резервов повышения эффективности деятельности предприятия.

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
очная	2	3	72/2	36	18	18	-	36	-	зачет
заочная	3	5	72/2	8	4	4	-	60	4	зачет

## **Аннотация рабочей программы дисциплины «Основы маркетинга»**

### **1. Цели и задачи изучения дисциплины**

**Целями** освоения дисциплин «Основы маркетинга» являются:

- показать место и роль маркетинга как отрасли знания;
- раскрыть методологическую роль теории, понятийного аппарата маркетинга;
- раскрыть сущность рынка, ценообразования, поведения потребителей, продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций;
- изучить практику использования современного маркетинга для принятия эффективных решений руководством предприятий.

К числу основных **задач** изучения дисциплины относятся:

- ознакомление с особенностями маркетинга, ролью маркетинга и его основных элементов в деятельности предприятий;
- обучение пользованию инструментарием маркетинга для решения практических задач управления предприятием;
- формирование представления об организации работы службы маркетинга предприятия.

### **2. Место дисциплины в структуре ОП**

Дисциплина «Основы маркетинга» относится к базовой части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах и прохождении практик: Социология, Экономика, Менеджмент, Математика и статистика, Основы теории коммуникаций, Основы рекламы, Основы связей с общественностью, Основы интегрированных коммуникаций, Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин: Маркетинговые исследования, Управление проектами, Основы брендинга, Бренд-менеджмент, Массовые коммуникации и медиапланирование

### **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения дисциплины (модуля) у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

**Знать:**

- структуру научной проблематики маркетинга и объектно-предметную область маркетинга;
- основные понятия, категории, задачи и функции маркетинга;
- сущность маркетинга и его базовых категорий;
- историю становления и развития маркетинга;
- этические принципы маркетинга;
- сущность рынков и рыночных процессов, их классификации, характеристики и методы изучения;
- сущность, показатели, методы изучения рынков, методики расчета состояния и выявления тенденций основных рыночных процессов;
- основные характеристики рынков, поведения потребителей, показатели деятельности предприятий;

- элементы комплекса маркетинга и предпосылки использования различных маркетинговых стратегий;
- основные теории потребностей;
- схему принятия решения о покупке;
- современные концепции, подходы и методы управления поведением потребителей на рынке товаров и услуг;
- основные виды маркетингового анализа макро-, мезо- и микросреды предприятия
- сущность и структуру маркетинговых коммуникаций;
- модели покупательского поведения;
- факторы влияния маркетинговых коммуникаций на поведение потребителей;
- методы сбора, обработки и анализа маркетинговой информации.

**Уметь:**

- сопоставлять основные показатели экономической и маркетинговой деятельности предприятия;
- анализировать проблемы экономической и маркетинговой деятельности предприятия;
- анализировать и выявлять маркетинговые явления и процессы;
- оценивать возможности предприятия и разрабатывать маркетинговые планы на основе анализа рынка, потенциала рынка и поведения потребителей;
- использовать маркетинговый подход при осуществлении экспертной, консалтинговой и аналитической деятельности;
- понимать смысл, рассчитывать и использовать в практической деятельности основные маркетинговые и экономические показатели;
- анализировать возможности освоения рынка;
- правильно выделить интересы производителя, продавца и потребителя;
- правильно осуществлять анализ макро-, мезо- и микросреды предприятия
- использовать основные положения маркетинга при решении профессиональных задач;
- оценивать и учитывать экономические аспекты при разработки маркетинговых коммуникаций;
- разрабатывать и оценивать эффективность комплекса маркетинга предприятия;
- изучать покупателей (клиентов) для обеспечения наиболее полного воздействия на них маркетинговых коммуникаций;
- анализировать систему ценностей потребителей, их намерения и особенности поведения;
- выявлять факторы, влияющие на изменение запросов и предпочтений и на поведение потребителей под влиянием маркетинговых коммуникаций;

**Владеть:**

- навыками маркетингового подхода при анализе экономических явлений;
- навыками практического использования базовых знаний и методов маркетинга;
- навыками выявления и использования на практике базовых категорий маркетинга.
- навыками получения маркетинговой информации из различных типов источников, включая Интернет и зарубежную литературу;
- навыками расчета основных показателей, необходимых для решения маркетинговых задач;
- навыками анализа проблем и процессов внутри предприятия и на рынке;
- навыками анализа статистической, микро- и макроэкономической информации, данных исследований;
- навыками анализа макро-, мезо- и микросреды предприятия

- навыками разработки и анализа элементов маркетинговых коммуникаций (бренд, фирменный стиль, реклама, PR, BTL и др.);
- методами изучения различных групп потребителей;
- методами изучения реакции потребителей на маркетинговые коммуникации;
- методами изучения и прогнозирования нужд, запросов и предпочтений потребителей;
- приемами коммуникационной работы с потребителями

#### 4.Объём дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 академических часов)

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./ зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
очная	2	3	126/3,5	36	18	18		54	36	экзамен
очная	2	4	54/1,5	36	18	18		18		зачет
<b>Итого очная:</b>			<b>180/5</b>	<b>72</b>	<b>36</b>	<b>36</b>		<b>72</b>	<b>36</b>	
Заочная	2	3	9/0,25	2	2	-	-	7	-	-
	2	4	128/3,5	30	8	22	-	38	4	зачет
	3	5	99/1,5	10	4	6	-	80	9	экзамен
<b>Итого заочная:</b>			<b>180/5</b>	<b>42</b>	<b>14</b>	<b>28</b>	<b>-</b>	<b>125</b>	<b>13</b>	

## **Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинговые исследования»**

### **1. Цели и задачи изучения дисциплины**

**Целью** освоения дисциплины "Маркетинговые исследования" является сформировать у обучающихся знания о месте и роли исследований в деятельности современного рг-специалиста и рекламиста, привить им практические навыки системного сбора, обработки и анализа информации с применением инструментария маркетинговых исследований.

#### **Задачи курса:**

- изучить основные методы исследований, используемые в рг и рекламе;
- определить критерии выбора того или иного метода;
- выстроить иерархию и последовательность применения методов в зависимости от этапа рг/рекламной кампании или коммуникативной ситуации.

### **2. Место дисциплины в структуре ОП**

Дисциплина «Маркетинговые исследования» относится к базовой части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик: Социология, Экономика, Менеджмент, Основы маркетинга, Основы теории коммуникации, Основы интегрированных коммуникаций, Методы и средства аналитики в рекламной и PR-деятельности.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин: Основы интернет-маркетинга, Управление проектами, Основы брендинга, Бренд-менеджмент, Массовые коммуникации и медиапланирование.

### **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

#### **Знать:**

- особенности маркетинговых исследований, как междисциплинарного предмета, сочетающего научные положения и практический опыт в области социологии, психологии, маркетинга, экономики, статистики.

#### **Уметь:**

- формулировать цели исследования, определять его этапы и содержание каждого из них, использовать полученные результаты для корректировки профессиональной деятельности, формировать оптимальный план по использованию финансовых и прочих ресурсов.

#### **Владеть:**

- Навыками самостоятельной исследовательской работы и контроля работы маркетингового агентства на аутсорсе, подготовки всей стандартной документации для фиксирования хода исследований, интерпретации результатов собственных и сторонних исследований.

#### 4.Объём дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц (252 академических часа)

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./ зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
Очная	3	5	126/3,5	36	18	18		54	36	экзамен
Очная	3	6	126/3,5	36	18	18		54	36	экзамен
<b>Итого очная:</b>			<b>252/7</b>	<b>72</b>	<b>36</b>	<b>36</b>		<b>108</b>	<b>72</b>	
заочная	3	6	144/4	10	4	6		125	9	экзамен
заочная	4	7	108/3	10	4	6		89	9	экзамен
<b>Итого заочная</b>			<b>252/7</b>	<b>20</b>	<b>8</b>	<b>12</b>	<b>-</b>	<b>214</b>	<b>18</b>	

## Аннотация рабочей программы дисциплины «Математика и статистика»

### 1. Цели и задачи изучения дисциплины

**Целью** дисциплины «Математика и статистика» является научить обучающихся математическому подходу к анализу прикладных (экономических, управленческих и др.) задач, а также математическим и статистическим методам исследования и решения таких задач.

**Задачами** изучения дисциплины являются:

- повышение уровня фундаментальной математической подготовки;
- усиление прикладной направленности курса, ориентация на использование математических и статистических методов при решении прикладных задач;
- развитие у обучающихся логического и алгоритмического мышления, умения самостоятельно расширять и углублять знания

### Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Математика и статистика» относится к базовой части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Знания и умения, полученные в ходе изучения дисциплины «Математика и статистика», являются необходимыми для изучения дисциплин «Экономика», «Менеджмент», «Экономическая оценка эффективности бренда» и др.

### Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины «Математика и статистика» у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

#### **Знать:**

- базовые экономико-математические модели
- способы оперативного получения информации
- основные методы статистического анализа

#### **Уметь:**

- выполнять прогноз экономических показателей
- решать типовые математические задачи
- обрабатывать экспериментальные данные

#### **Владеть:**

- навыками современного математического инструментария
- методикой анализа математических моделей
- методами расчета сводных характеристик выборки



#### 4.Объём дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 академических часов)

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
очная	1	1	108/3	36	18	18		72		зачет
очная	1	2	108/3	36	18	18		36	36	экзамен
<b>Итого очная:</b>			<b>216/6</b>	<b>72</b>	<b>36</b>	<b>36</b>		<b>108</b>	<b>36</b>	
заочная	1	1	82/2,3	18	8	10		60	4	зачет
заочная	1	2	134/3,7	10	4	6		115	9	экзамен
<b>Итого заочная:</b>			<b>216/6</b>	<b>28</b>	<b>12</b>	<b>16</b>		<b>175</b>	<b>13</b>	

## **Аннотация рабочей программы дисциплины «Компьютерные технологии и информатика»**

### **1. Цель и задачи изучения дисциплины**

**Целью** освоения дисциплины «Компьютерные технологии и информатика» является формирование у обучающихся теоретических знаний и навыков по применению современных информационных технологий, освоение инструментальных и прикладных информационных технологий, которые обеспечивают работу специалистов при решении задач обработки информации.

**Задачами** освоения дисциплины «Компьютерные технологии и информатика» являются:

- формирование целостного представления о современных информационных технологиях, применяемых при обработке результатов маркетинговых исследований, сборе, хранении, обработке и передаче информации, и их роли в развитии общества;
- умение использовать инструментарий компьютерных технологий в профессиональной деятельности;
- ознакомление с наиболее часто используемыми современными прикладными программными комплексами, получение основных навыков работы с ними, с выбором метода решения поставленной задачи;

### **2. Место дисциплины в структуре ОП**

Дисциплина «Компьютерные технологии и информатика» относится к базовой части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Освоение дисциплины является основой для последующего изучения дисциплин, содержание которых связано с углублением профессиональных знаний в области рекламы и связей с общественностью.

Дисциплина «Компьютерные технологии и информатика» взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП: Программирование; Базы данных.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих за ней дисциплин: Разработка приложений для корпоративной базы данных; Разработка сайта компании.

### **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен иметь следующие результаты обучения по дисциплине:

**Знать:**

- базовые понятия информатики и компьютерных технологий;
- методы и способы получения, хранения и переработки информации.

**Уметь:**

- использовать в профессиональной деятельности возможности вычислительной техники и программного обеспечения;
- использовать ресурсы сети Интернет;
- соблюдать основные требования информационной безопасности при решении профессиональных задач;
- анализировать, систематизировать, обобщать и визуализировать информацию

**Владеть:**

- современными методами поиска, сбора, обработки и передачи информации;

- основными методами работы на компьютере с прикладными программными средствами;
- навыками составления статистических отчетов;
- навыками работы в компьютерной сети Интернет.

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единицы (252 академических часа).

Форма обучения	Курс	Семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
Очная	1	2	144/4	36	18	18	-	108		зачет
Очная	2	3	108/3	36	18	18	-	36	36	экзамен
<b>Итого очная:</b>			<b>252/7</b>	<b>72</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>-</b>	<b>144</b>	<b>36</b>	
заочная			160/4,4	8	-	8	-	143	9	зачет
заочная			92/2,6	22	10	12	-	61	9	экзамен
<b>Итого заочная</b>			<b>252/7</b>	<b>30</b>	<b>10</b>	<b>20</b>	<b>-</b>	<b>204</b>	<b>18</b>	

## Аннотация рабочей программы дисциплины «Программирование»

### 1. Цель и задачи изучения дисциплины

**Целью** освоения дисциплины «Программирование» является формирование у обучающихся знаний и навыков в области теории, методов, средств и технологий разработки программного обеспечения.

**Задачами** освоения дисциплины «Программирование» являются:

- формирование и развитие компетенций, знаний, практических навыков и умений, обеспечивающих разработку средств реализации информационных технологий;
- практическое освоение интегрированной среды изучаемого алгоритмического языка высокого уровня;
- изучение основных этапов и принципов создания программного продукта, конструктивных компонентов и структуры компьютерных программ;
- знакомство с основными структурами данных, способами их представления и обработки.

### 2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Программирование» относится к базовой части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Освоение дисциплины является основой для последующего изучения дисциплин, содержание которых связано с углублением профессиональных знаний в области рекламы и связей с общественностью.

Дисциплина «Программирование» взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП: Компьютерные технологии и информатика, Базы данных.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих за ней дисциплин: Разработка приложений для корпоративной базы данных; Разработка сайта компании.

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен иметь следующие результаты обучения по дисциплине:

**Знать:**

- принципы, базовые концепции технологий программирования;
- основные этапы и принципы создания программного продукта;
- методологию построения алгоритмов, конструктивные компоненты и структуру компьютерных программ;
- основные структуры данных, способы их представления и обработки.

**Уметь:**

- составлять программы на алгоритмическом языке высокого уровня;
- работать в интегрированной среде изучаемого языка программирования;
- выполнять тестирование и отладку программ.

**Владеть:**

- навыками программирования задач обработки данных для любой предметной области;
- методами тестирования и отладки программ.

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы (144 академических часа).

Форма обучения	Курс	Семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./ зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
очная	2	3	54/1,5	36	18	18	-	18	-	зачет
очная	2	4	90/2,5	36	18	18	-	18	36	экзамен
<b>Итого очная:</b>			<b>144/4</b>	<b>72</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>-</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	
заочная	2	3	32/0,9	2	2	-	-	30	-	
заочная	2	4	76/2,1	12	4	8	-	60	4	зачет
заочная	3	5	36/1	14	6	8	-	13	9	экзамен
<b>Итого заочная</b>			<b>144/4</b>	<b>28</b>	<b>12</b>	<b>16</b>	<b>-</b>	<b>103</b>	<b>13</b>	

## Аннотация рабочей программы дисциплины «Базы данных»

### 1. Цель и задачи изучения дисциплины

**Целью** освоения дисциплины «Базы данных» является обучение обучающихся проектированию баз данных, алгоритмам обработки и анализа данных на основе реляционных баз данных (БД).

**Задачи** дисциплины «Базы данных» заключаются в изучении основных понятий и подходов к построению баз данных, в получении умений построения модели предметной области и создания соответствующей ей базы данных, создании запросов и отчетов.

### 2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Базы данных» относится к базовой части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Освоение дисциплины является основой для последующего изучения дисциплин, содержание которых связано с углублением профессиональных знаний в области рекламы и связей с общественностью.

Дисциплина «Базы данных» взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП: Разработка приложений для корпоративной базы данных; Разработка сайта компании.

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

**Знать:**

- основы проектирования баз данных;
- основные этапы и принципы создания баз данных.
- возможности применения современных баз данных в стратегическом планировании коммуникаций.

**Уметь:**

- разрабатывать модель предметной области и создавать соответствующую ей базу данных;
- организовать ввод информации в базу данных.
- разрабатывать базы данных для организации и проведения маркетинговых исследований

**Владеть:**

- навыками формирования запросов к БД и итоговых результирующих документов (отчетов).
- навыками создания запросов для маркетинговых исследований

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единицы (216 академических часов).

Форма обучения	Курс	Семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./ зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
очная	2	4	108/3	36	18	18	-	72	-	зачет
очная	3	5	108/3	36	18	18	-	36	36	экзамен
<b>Итого очная:</b>			<b>216/6</b>	<b>72</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>-</b>	<b>108</b>	<b>36</b>	
заочная	3	5	9/0,25	2	2	-	-	7	-	-
заочная	3	6	72/2	16	6	10	-	52	4	зачет
заочная	4	7	135/3,75	12	4	8	-	114	9	экзамен
<b>Итого заочная</b>			<b>216/6</b>	<b>30</b>	<b>12</b>	<b>18</b>	<b>-</b>	<b>173</b>	<b>13</b>	

## **Аннотация рабочей программы дисциплины «Безопасность жизнедеятельности»**

### **1. Цели и задачи изучения дисциплины**

К основным **целям** освоения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» следует отнести:

- ознакомление обучающихся с концептуальными основами безопасности жизнедеятельности как современной комплексной фундаментальной науки о взаимодействии человека и окружающей среды,
- изучение основных законов и концепций безопасности жизнедеятельности, факторов, воздействующих на человека в процессе жизнедеятельности, методов защиты человека от вредных воздействий;
- формирование навыков практического применения действующих нормативно-правовых актов в области безопасности жизнедеятельности.

К числу основных **задач** освоения дисциплины относится приобретение навыков использования методов защиты в условиях чрезвычайных ситуаций.

### **2. Место дисциплины в структуре ОП**

Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» относится к базовой части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на знаниях, полученных в школе и при изучении дисциплины «Психология».

### **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» обучающийся должен:

#### ***Знать:***

- теоретические основы безопасности жизнедеятельности в системе "человек-среда обитания";
- правовые, нормативно-технические и организационные основы безопасности жизнедеятельности;
- методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций;
- способы оказания первой помощи пострадавшим.

#### ***Уметь:***

- проводить контроль параметров и уровня негативных воздействий на их соответствие нормативным требованиям;
- эффективно применять средства защиты от негативных воздействий.
- самостоятельно применять методы защиты от последствий чрезвычайных ситуаций;
- оценивать состояние пострадавшего и оказывать первую помощь пострадавшим

#### ***Владеть:***

- навыками владения основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий;
- навыками применения правовых знаний в сфере безопасности жизнедеятельности.



#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 академических часов).

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
Очная	3	5	108/3	54	18	18	18	54		зачет
Заочная	3	6	108/3	8	4	2	2	96	4	зачет

## Аннотация рабочей программы дисциплины «Основы теории коммуникации»

### 1. Цели и задачи изучения дисциплины

Целями изучения дисциплины «Основы теории коммуникации» являются:

- приобретение обучающимися компетенций, связанных с изучением сущности и особенностей основ теории коммуникации, концепций и подходов к основам теории коммуникации, моделей основ теории коммуникации, проблем социально ответственного поведения бизнеса, его ролью в социально-экономическом развитии страны, возможностями и эффективностью взаимодействия с сообществом на разных уровнях;
- формирование у обучающихся знаний в области основ теории коммуникации;
- приобретение практических навыков реализации основ теории коммуникации в организациях медиаиндустрии.

Основные задачи изучения дисциплины:

- формирование знаний в области основ теории коммуникации: терминологии, базовых моделей, уровней типов, видов и форм коммуникации, механизмов реализации основ теории коммуникации;
- ознакомление с основными специальными и специфическими областями теории коммуникации;
- развитие практических навыков в освоении и применении модели корпоративной социальной деятельности, подходов в области организации управления социальной ответственности; формирование навыков составления социальной отчетности организации.

### 2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Основы теории коммуникации» относится к базовой части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины (модуля) у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

***Знать:***

- терминологию в области основ теории коммуникации;
- основные теории, модели коммуникации, их персоналии (авторов), исторические периоды и условия возникновения;
- основные модели и концепции движения информации от источника к получателю через носитель информации;
- отечественный и зарубежный опыт использования коммуникации как социально ответственной технологии и сферы профессиональной деятельности.

***Уметь:***

- правильно интерпретировать и применять положения основных теорий и моделей коммуникации в современных условиях;
- разрабатывать социальную политику медиаорганизации;
- составлять и оформлять социальные отчеты медиаорганизации;

- планировать и осуществлять организационно-управленческие решения в области разработки и внедрения системы коммуникации медиаорганизации.

**Владеть:**

- навыками поиска, анализа и использования данных о функционировании медиа, потребительском поведении аудитории;
- навыками планирования и осуществления организационно-управленческих решений в области разработки и внедрения системы коммуникации медиаорганизации;
- способностью находить управленческие решения и оценивать их результативность с позиций социальной значимости применения основ теории коммуникации.

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 академических часа).

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
Очная	1	1	144/4	36	18	18	-	72	36	экзамен
заочная	3	5	102/2,8	2	2		-	100		
заочная	3	6	42/1,2	12	6	6	-	21	9	экзамен
<b>Итого заочная</b>			<b>144/4</b>	<b>14</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>-</b>	<b>121</b>	<b>9</b>	

## **Аннотация рабочей программы дисциплины «Теория и практика массовой информации»**

### **1. Цель и задачи изучения дисциплины**

Цели и задачи дисциплины: сформировать у обучающихся базовые знания и понимание процессов, происходящих в области современных СМИ, а также обеспечить овладение первичными навыками профессионального мастерства.

Цель данного курса:

- сформировать системное представление о ключевых теоретических концепциях и практических реалиях в сфере масс медиа,
- сформировать представление о роли и месте массовой информации в системе современной коммуникации, практике связей с общественностью, приемах и методов работы со СМИ,
- обосновать параметры функционирования современной системы массовой информационной деятельности,

**Задачи изучения дисциплины:**

- Выявить сущность массовых информационных процессов в обществе;
- Изучить содержание, структуру и механизмы взаимодействия масс-медиа и массовой аудитории;
- Проанализировать функции и принципы деятельности СМИ в современных условиях.
- Освоить подход к массовой информации с позиций ее исторической миссии в становлении и развитии цивилизации;
- Ознакомиться с ролью и местом журналистики в информационном пространстве;
- Развить навыки в сфере публицистического творчества, ознакомиться с формами актуальной подачи информации – жанрами СМИ;

### **2. Место дисциплины в структуре ОП**

Дисциплина «Теория и практика массовой информации» относится к базовой части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Дисциплина «Теория и практика массовой информации» взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП: Основы рекламы; Основы связей с общественностью; Основы теории коммуникации; Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности.

### **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен иметь следующие результаты обучения по дисциплине:

**Знать:**

- сущность, структуру и механизм информационного взаимодействия масс медиа и массовой аудитории, основные противоречия информационных отношений между ними, функции и принципы деятельности СМИ;
- основные этапы развития массовой информации в России;
- специфику взаимоотношений между прессой и государством, между прессой и обществом.

- методологические аспекты теории массовой информации, сущности массовых информационных процессов, закономерностях функционирования массовой информации и системы масс – медиа в обществе;
- экономические аспекты деятельности СМИ, особенности функционирования прессы, радио и телевидения;
- теоретические и практические аспекты функционирования современных медиасистем России и зарубежных стран.

**Уметь:**

- применять на практике теоретические основы массово-информационной деятельности;
- на основании полученных знаний заниматься аналитической, теоретической и практической деятельностью в данной сфере;

**Владеть:**

- навыками анализа практической деятельности в сфере СМИ и журналистики;
- навыками грамотной интерпретации результатов исследований;
- навыками использования различных коммуникативных методов и приемов взаимодействия с аудиторией;
- навыками общения и работы с различными СМИ учитывая их специфику

**4. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 академических часа).

Форма обучения	Курс	Семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
очная	1	2	54/1,5	36	18	18	-	18		зачет
очная	2	3	90/2,5	36	18	18	-	18	36	экзамен
<b>Итого очная:</b>			<b>144/4</b>	<b>72</b>	<b>36</b>	<b>36</b>		<b>36</b>	<b>36</b>	
заочная	1	1	45/1,25	14	6	8		27	4	зачет
заочная	1	2	99/2,75	16	8	8		74	9	экзамен
<b>Итого заочная</b>			<b>144/4</b>	<b>30</b>	<b>14</b>	<b>16</b>		<b>101</b>	<b>13</b>	

## Аннотация рабочей программы дисциплины «Основы рекламы»

### 1. Цель и задачи изучения дисциплины

К **основным целям** освоения дисциплины «Основы рекламы» следует отнести:

- овладеть знаниями и навыками, необходимыми для работы в области:
- организации рекламного процесса,
- оценки эффективности рекламных мероприятий,
- планирования и организации рекламных кампаний,
- управления рекламной деятельностью.

К **основным задачам** освоения дисциплины «Основы рекламы» следует отнести:

- Изучение теоретических основ рекламы как научной и учебной дисциплины,
- освоение научной терминологии из области рекламы;
- изучение наиболее важных этапов развития рекламы,
- анализ влияния рекламы на культурное, социальное и экономическое развитие общества,
- исторический анализ социальных функций рекламы в контексте развития общества;
- выявление места рекламы и в системе маркетинговых коммуникаций,
- изучение особенностей современной рекламы,
- исследование современных тенденций развития рекламы;
- обобщение современного зарубежного и отечественного опыта рекламы;
- раскрытие художественно-эстетического своеобразия продуктов рекламы.

### 2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Основы рекламы» относится к базовой части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Дисциплина «Основы рекламы» взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП:

- История;
- Философия;
- Психология массовых коммуникаций;
- Социология;
- Экономика;
- Менеджмент;
- Основы маркетинга;
- Основы интегрированных маркетинговых коммуникаций

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины (модуля) у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

**Знать:**

- Основы организации эффективной работы в отделах рекламы;
- Теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения коммуникационной структуры организации;
- Показатели конкурентоспособности коммуникационной структуры организации;

- Конкурентные преимущества коммуникационной структуры организации;
- Показатели эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий организации
- Теоретические и практические подходы к планированию, подготовке и проведению коммуникационных кампаний и мероприятий
- Конкурентные преимущества организации при проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

**Уметь:**

- Использовать принципы эффективной работы в отделах рекламы
- оценивать эффективность использования коммуникационной структуры организации
- организовывать переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникации •
- оценивать эффективность использования коммуникационных кампаний и мероприятий организации
- организовывать проведение коммуникационных кампаний и мероприятий

**Владеть:**

- Методами разработки и внедрения рациональных приемов работы с клиентом в отделах рекламы
- методами формулирования и реализации стратегий на уровне коммуникационной структуры организации
- методами формулирования целей и стратегий при проведении коммуникационных кампаний и мероприятий

**4. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 академических часов).

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./ зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Практические (семинарские) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
Очная	1	1	72/2	36	18	18		36		зачет
Очная	1	2	108/3	36	18	18		36	36	экзамен
<b>Итого очная:</b>			<b>180/5</b>	<b>72</b>	<b>36</b>	<b>36</b>		<b>72</b>	<b>36</b>	
заочная	1	1	84/2,3	12	6	6		68	4	зачет
заочная	1	2	96/2,6	6	2	4		81	9	экзамен
<b>Итого заочная</b>			<b>180/5</b>	<b>18</b>	<b>8</b>	<b>10</b>		<b>149</b>	<b>13</b>	

## **Аннотация рабочей программы дисциплины «Основы связей с общественностью»**

### **1. Цели и задачи изучения дисциплины**

К **основным целям** освоения дисциплины «Основы связей с общественностью» следует отнести:

- овладеть знаниями и навыками, необходимыми для работы в области:
- организации рекламного процесса,
- оценки эффективности рекламных мероприятий,
- планирования и организации рекламных кампаний,
- управления рекламной деятельностью.

К **основным задачам** освоения дисциплины «Основы связей с общественностью» следует отнести:

- изучение теоретических основ связей с общественностью как научной и учебной дисциплины,
- освоение научной терминологии из области связей с общественностью;
- изучение наиболее важных этапов развития связей с общественностью,
- анализ влияния связей с общественностью на культурное, социальное и экономическое развитие общества,
- исторический анализ социальных функций связей с общественностью в контексте развития общества;
- выявление места связей с общественностью и в системе маркетинговых коммуникаций,
- изучение особенностей современных связей с общественностью,
- исследование современных тенденций развития связей с общественностью;
- обобщение современного зарубежного и отечественного опыта связей с общественностью

### **2. Место дисциплины в структуре ОП**

Дисциплина «Основы связей с общественностью» относится к базовой части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Дисциплина «Основы связей с общественностью» взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП:

- История;
- Философия;
- Психология массовых коммуникаций;
- Социология;
- Экономика;
- Менеджмент;
- Основы маркетинга;
- Основы интегрированных маркетинговых коммуникаций.

### **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения дисциплины (модуля) у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

**Знать:**



- Основы организации эффективной работы в отделах связей с общественностью
- теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения коммуникационной структуры организации
- показатели конкурентоспособности коммуникационной структуры организации
- конкурентные преимущества коммуникационной структуры организации
- теоретические и практические подходы к планированию, подготовке и проведению кампаний и мероприятий связей с общественностью
- показатели эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий связей с общественностью
- конкурентные преимущества организации при проведении коммуникационных кампаний и мероприятий связей с общественностью

**Уметь:**

- Использовать принципы эффективной работы в отделах связей с общественностью
- оценивать эффективность использования коммуникационной структуры организации
- организовывать переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств связей с общественностью
- оценивать эффективность использования коммуникационных кампаний и мероприятий связей с общественностью
- организовывать проведение коммуникационных кампаний и мероприятий

**Владеть:**

- Методами разработки и внедрения рациональных приемов работы с клиентом в связях с общественностью.
- методами формулирования и реализации стратегий на уровне коммуникационной структуры организации
- методами формулирования целей и стратегий при проведении коммуникационных кампаний и мероприятий связей с общественностью

**4. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 академических часов).

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Практические (семинарские) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
очная	1	1	72/2	36	18	18		36		зачет
очная	1	2	108/3	36	18	18		36	36	экзамен
<b>Итого очная:</b>			<b>180/5</b>	<b>72</b>	<b>36</b>	<b>36</b>		<b>72</b>	<b>36</b>	
Заочная	1	2	90/2,5	18	8	10		68	4	зачет
заочная	2	3	90/2,5	10	4	6		71	9	экзамен
<b>Итого заочная</b>			<b>180/5</b>	<b>28</b>	<b>12</b>	<b>16</b>		<b>139</b>	<b>13</b>	

## **Аннотация рабочей программы дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций»**

### **1. Цели освоения дисциплины.**

К основным **целям** освоения дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций» следует отнести:

- овладеть знаниями и навыками в области маркетинговых коммуникаций;
- организации рекламного процесса и связей с общественностью;
- оценки эффективности рекламных мероприятий и связей с общественностью;
- планирования и организации рекламных кампаний и связей с общественностью;
- управления рекламной деятельностью и связей с общественностью.

К основным **задачам** освоения дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций» следует отнести:

- Изучение теоретических основ рекламы и связей с общественностью как научной и учебной дисциплины,
- освоение научной терминологии из области рекламы и связей с общественностью;
- изучение наиболее важных этапов развития рекламы и связей с общественностью,
- анализ влияния рекламы и связей с общественностью на культурное, социальное и экономическое развитие общества,
- исторический анализ социальных функций рекламы и связей с общественностью в контексте развития общества;
- выявление места рекламы и связей с общественностью в системе маркетинговых коммуникаций,
- изучение особенностей современной рекламы и связей с общественностью,
- исследование современных тенденций развития рекламы и связей с общественностью;
- обобщение современного зарубежного и отечественного опыта рекламы и связей с общественностью;
- раскрытие художественно-эстетического своеобразия продуктов рекламы и связей с общественностью.

### **2. Место дисциплины в структуре ОП**

Дисциплина «Основы интегрированных коммуникаций» относится к базовой части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Дисциплина «Основы интегрированных коммуникаций» взаимосвязана логически и содержательно-методически соотносится со следующими дисциплинами и практиками ОП: Основы рекламы; Основы связей с общественностью; Психология массовых коммуникаций; Социология; Экономика; Менеджмент; Основы маркетинга;.

### **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения дисциплины (модуля) у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

#### ***Знать:***

- основы организации эффективной работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;

- теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения коммуникационной структуры организации;
- показатели конкурентоспособности коммуникационной структуры организации;
- конкурентные преимущества коммуникационной структуры организации;
- теоретические и практические подходы к планированию, подготовке и проведению коммуникационных кампаний и мероприятий;
- показатели эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий организации;
- конкурентные преимущества организации при проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

**Уметь:**

- использовать принципы эффективной работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;
- оценивать эффективность использования коммуникационной структуры организации;
- организовывать переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникации;
- оценивать эффективность использования коммуникационных кампаний и мероприятий организации;
- организовывать проведение коммуникационных кампаний и мероприятий.

**Владеть:**

- методами разработки и внедрения рациональных приемов работы с клиентом в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
- методами формулирования и реализации стратегий на уровне коммуникационной структуры организации
- методами формулирования целей и стратегий при проведении коммуникационных кампаний и мероприятий

**4. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц (288 академических часов).

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Практические (семинарские) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
Очная	2	3	126/3,5	36	18	18		90		зачет
Очная	2	4	162/4,5	36	18	18		90	36	экзамен
<b>Итого очная:</b>			<b>288/8</b>	<b>72</b>	<b>36</b>	<b>36</b>		<b>180</b>	<b>36</b>	
заочная	3	6	90/2,5	2	2	-	-	88	-	-
заочная	4	7	198/5,5	12	4	8		177	9	экзамен
<b>Итого заочная</b>			<b>288/8</b>	<b>14</b>	<b>6</b>	<b>8</b>		<b>265</b>	<b>9</b>	

## **Аннотация рабочей программы дисциплины «Искусство презентации и деловое общение»**

### **1. Цель и задачи изучения дисциплины**

**Цель** дисциплины «Искусство презентации и деловое общение» – освоение обучающимися бакалавриата теоретических знаний, практических навыков и формирование профессиональных компетенций применительно к научно – исследовательской деятельности в профессиональной сфере:

- овладение обучающимися теоретических знаний и практических навыков в области психологии общения, психологии влияния, убеждения;
- установления, поддержания и развития эффективных коммуникаций, отработка коммуникационных компетенций на всех ключевых этапах, привитие норм и правил делового и межличностного общения, приобретения навыков ведения переговоров, деловых совещаний, деловых бесед, дискуссий;
- усвоение обучающимися различных теорий переговорного процесса и умение применять их в практике делового общения, способы защиты от манипуляций;
- ведения деловой переписки, знание основ делового этикета, овладение обучающимися современных технологий и методик эффективной подготовки, организации и проведения деловых презентаций и публичных выступлений;
- практические навыки речевой коммуникации, преодоление барьеров в коммуникации;
- принципы установления контакта и навыки ведения служебных телефонных разговоров;
- этические рамки деловых отношений; дипломатичность делового спора, моделирование ситуации деловых переговоров.

**Основные задачи** курса:

- дать теоретические знания норм бизнес-этикета, основных принципов общения, психологических, этических и риторических правил деловых коммуникаций;
- привить практические навыки в области делового общения;
- ознакомить обучающихся с теоретическими знаниями в сфере проведения деловых переговоров;
- раскрыть структуру, виды, стратегию и тактику осуществления эффективных межличностных коммуникаций, деловых переговоров;
- приобретение обучающимися знаний о роли приемов и навыков убеждающего речевого воздействия;
- обучить правилам ведения переговорного процесса;
- приобретение обучающимися знаний по основным элементам коммуникации, сфере применения навыков презентации, отличительным чертам презентации;
- приобретение обучающимися знаний по составу и целям презентации, этапам подготовки сценария и плана презентации, основным принципам наглядности и доступности;
- моделирования эмоционального состояния слушателей, технологичной подготовки презентации, подготовки демонстрационных материалов.

### **2. Место дисциплины в структуре ОП**

Дисциплина «Искусство презентации и деловое общение» относится к базовой части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин (практик):

Научно-исследовательская работа  
«Преддипломная практика»;  
«Государственная итоговая аттестация».

Знания, полученные в результате изучения данного курса, могут быть использованы также для написания и защиты магистерской, кандидатской и докторской диссертаций.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих за ней дисциплин.

### **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения дисциплины (модуля) у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

#### ***Знать:***

- правила и методы деловой коммуникации, структуру основных форм делового общения, основы публичного выступления и аргументации точки зрения, правила оформления деловых писем, основы международного бизнес-этикета;
- виды, этапы планирования, подготовки и проведения презентационных мероприятий, способствующих реализации стратегических целей фирмы; основные понятия делового общения; правила проведения деловых бесед, совещаний, переговоров; основные понятия и термины делопроизводства

#### ***Уметь:***

- осуществлять эффективное устное деловое общение, в том числе в международной среде, готовить устную публичную речь, убеждать аудиторию, побуждать ее к действиям, оформлять деловые письма, следовать этике делового общения;
- эффективно проводить презентационные мероприятия, способствующие реализации стратегических целей фирмы, создавать продуктивную, содержательную, вербальную часть презентации, отвечать на трудные вопросы и преодолевать возражения.
- планировать ход деловых переговоров, презентаций, деловых бесед, совещаний и других форм делового общения. Устанавливать контакт с собеседником, поддерживая или опровергая его мнение; аргументировано отстаивать свою точку зрения в ходе деловых переговоров; составлять и оформлять различные виды деловых писем.

#### ***Владеть:***

- опытом устного делового общения, опытом выступления с публичной речью, навыками эффективных бизнес-коммуникаций, в том числе в международной среде, навыками международного бизнес-этикета;
- методикой планирования, подготовки и проведения презентационных мероприятий, способствующих реализации стратегических целей фирмы и опытом их проведения, технологиями интерактивного взаимодействия с аудиторией; навыками проведения деловых переговоров, бесед, совещаний, презентаций; эффективно владеть невербальными средствами общения; навыками оформления деловых писем.

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 академических часа).

Форма обучения	Курс	Семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./ зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
Очная	4	7	36/1	18	-	18	-	18		зачет
Очная	4	8	108/3	18	-	18	-	54	36	экзамен
<b>Итого очная:</b>			<b>144/4</b>	<b>18</b>		<b>18</b>		<b>72</b>	<b>36</b>	
заочная	2	3	39/0,25	10		10		25	4	зачет
заочная	2	4	105/3,75	8		8		88	9	экзамен
<b>Итого заочная</b>			<b>144/4</b>	<b>18</b>		<b>18</b>		<b>113</b>	<b>13</b>	

## **Аннотация рабочей программы дисциплины «Массовые коммуникации и медиапланирование»**

### **1. Цель и задачи изучения дисциплины**

Дисциплина «Массовые коммуникации и медиапланирование» является одним из основных блоков учебной программы, значимость которого в современных социально-экономических условиях неизменно возрастает в связи с большой ценой принятых решений для существования любой организации, в частности, и общества в целом.

**Цель курса:** дать базовую основу знаний, сформировать у обучающихся систему знаний по вопросам разработки, принятия и реализации процессов массовой коммуникации и медиапланирования.

Согласно требованиям к уровню подготовленности выпускников по данной специальности, учебный курс знакомит обучающихся с вопросами и проблемами, которые приходится решать специалисту масс-медиа в своей непосредственной деятельности. Практическая часть курса (деловые игры, анализ ситуаций, тесты, семинары и т.д.) направлена на формирование навыков и умений, личностных и деловых качеств, необходимых для эффективной деятельности в процессе принятия решений.

Учебный курс «Массовые коммуникации и медиапланирование» сосредотачивается на проблемах, которые встают в практике работы структур, занятых этими видами деятельности.

#### **Задачи:**

- добиться сознательного овладения обучающимися знаниями по проблеме эффективной коммуникационной деятельности и медиапланирования;
- привлечь обучающихся к самостоятельной учебно-познавательной деятельности;
- дать обучающимся основные понятия, приемы и современные технологии коммуникационной деятельности и медиапланирования, которые могут быть использованы затем в их профессиональной деятельности;
- наиболее полно представить учебный материал, используя разнообразные формы и методы проведения семинарских и практических занятий.

### **2. Место дисциплины в структуре ОП.**

Данная дисциплина относится к базовой части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Дисциплины, усвоение которых обучающимся необходимо для изучения данного курса: социология, философия, математическая статистика, информатика, психология и другие.

### **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

Прослушав курс лекций обучающийся должен:

- проводить аналитическую, исследовательскую и рационализаторскую работу по оценке социально-экономической обстановки и конкретных форм управления;

#### **Знать**

- современные методы социально-экономической диагностики, получения обобщенных характеристик, агрегирования информации и ее обработки.

#### **Уметь**

- профессионально вести управленческую, маркетинговую, коммерческую, рекламную и патентно-лицензионную работу в различных подразделениях предприятий (объединений), ассоциациях, совместных предприятиях;

- разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать выбор оптимального исходя из критериев социально-экономической эффективности и экологической безопасности;
- разрабатывать программы нововведений и составлять план мероприятий по реализации этих программ;
- применять методы научной организации труда и оргпроектирования.

**Владеть**

- навыками поиска, сбора, систематизации и использования информации, практически использовать средства организационной и вычислительной техники.

**4. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5зачетных единиц (180 академических часов).

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./ зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Практические (семинарские) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
очная	4	7	54/1,5	36	18	18		18		зачет
очная	4	8	126/3,5	54	18	36		36	36	экзамен
<b>Итого очная:</b>			<b>180/5</b>	<b>90</b>	<b>36</b>	<b>54</b>		<b>54</b>	<b>36</b>	
Заочная	3	6	9/0,25	2	2			7		
Заочная	4	8	63/1,75	10	4	6		49	4	зачет
Заочная	5	9	108/3	10	4	6		89	9	экзамен
<b>Итого заочная</b>			<b>180/5</b>	<b>22</b>	<b>10</b>	<b>12</b>		<b>145</b>	<b>13</b>	



## Аннотация рабочей программы дисциплины «Русский язык и культура речи»

### 1. Цель и задачи изучения дисциплины

Основной **целью** изучения дисциплины «Русский язык и культура речи» является повышение уровня языковой и коммуникативной компетенции обучающихся, формирование языковой личности, владеющей системой норм современного русского литературного языка и умеющей правильно использовать весь диапазон имеющихся в языке средств в соответствии с ситуацией и сферой общения.

К числу основных **задач** освоения дисциплины относятся:

- получение необходимых медиаспециалисту теоретических знаний о языке как сложной многоуровневой системе;
- анализ изменений в современном русском языке, обусловленных законами развития языка ;
- изучение системы норм современного русского литературного языка на всех уровнях языковой структуры;
- анализ функционально-стилевой дифференциации современного русского литературного языка, знакомство с языковыми особенностями всех выделяемых стилей;
- формирование навыков общения в различных сферах деятельности - научной, официально-деловой, общественно-политической, бытовой;
- развитие умений работы с различными типами словарей и другими видами справочной литературы;
- формирование навыков применения полученных теоретических знаний в реальной коммуникации.

### 2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Русский язык и культура речи» относится к базовой части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на знаниях и компетенциях, сформированных в средней общеобразовательной школе.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих за ней дисциплин: Стилистика и литературное редактирование; Основы копирайтинга; Основы рекламы; Основы связей с общественностью; Блоггинг

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины (модуля) у обучающегося формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

#### **Знать:**

- основные единицы языка и общения;
- систему норм современного русского литературного языка на всех уровнях языковой структуры;

#### **Уметь:**

- осуществлять правильный выбор языковых средств в соответствии с целью, ситуацией и сферой общения;
- грамотно и корректно выразить свою позицию в процессе общения;

**Владеть:**

- навыками литературной устной и письменной речи в межличностном и межкультурном общении.

**4. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 академических часов).

Форма обучения	Курс	Семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./ зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
Очная	1	1	90/2,5	36	18	18	-	54		зачет
Очная	1	2	126/3,5	36	18	18	-	54	36	экзамен
<b>Итого очная::</b>			<b>216/6</b>	<b>72</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>-</b>	<b>108</b>	<b>36</b>	
Заочная	1	1	54/1,5	8	4	4		42	4	Зачет
заочная	1	2	90/2,5	8	4	4		78	4	Зачет
заочная	4	7	72/2	8	4	4		55	9	Экзамен
<b>Итого заочная</b>			<b>216/6</b>	<b>24</b>	<b>12</b>	<b>12</b>		<b>175</b>	<b>17</b>	

## Аннотация рабочей программы дисциплины «Основы брендинга»

### 1. Цели и задачи изучения дисциплины:

**Цель** освоения дисциплины «Основы брендинга» заключается в достижении обучающимися знаний базовых составляющих брендинга как технологии формирования и поддержки участников рынка, освоением терминологии в объектно-предметной области брендинга, средств и инструментов измерения бренда.

К основным **задачам** освоения дисциплины «Основы брендинга» следует отнести:

- определение сущности брендинга, его содержание и значение;
- рассмотреть маркетинговые, семиотические и коммуникативные закономерности брендинга;
- изучить теорию и практику товарного и корпоративного брендинга;
- уточнить методические основы анализа индивидуальности бренда;
- освоить методику организации и проведения маркетинговых исследований при разработке бренда и содержание планетарного анализа портфеля брендов;
- рассмотреть процесс планирования и моделирование идентичности бренда;
- изучить процесс развития брендов в пространстве и времени.

### 2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Основы брендинга» относится к базовой части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик:

- Основы интегрированных коммуникаций
- Основы маркетинга
- Основы менеджмента

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих за ней дисциплин:

- Бренд-менеджмент,
- Управление репутацией бренда,
- Экономическая оценка эффективности бренда.

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины

В процессе освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

**Знать:**

- основные этапы планирования кампании по брендингу и ребрендингу

**Уметь:**

- планировать кампанию по выведению и поддержке бренда на рынке

**Владеть:**

- пониманием основных требований, предъявляемых современным бизнесом к бренд-менеджеру, ответственному за развитие и повышение конкурентоспособности предприятий и организаций

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 академических часов).

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./ зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
очная	3	6	216/6	36	18	18		144	36	экзамен
заочная	3	5	9/0,25	2	2	-	-	7	-	
заочная	3	6	207/5,75	18	6	12		180	9	экзамен
<b>Итого заочная</b>			<b>216/6</b>	<b>20</b>	<b>8</b>	<b>12</b>		<b>187</b>	<b>9</b>	

## Аннотация рабочей программы дисциплины «Бренд-менеджмент»

### 1. Цели и задачи изучения дисциплины

К основной цели освоения обучающимися дисциплины «Бренд-менеджмент» является приобретение обучающимися знаний о комплексе бренд-менеджмента, моделях и методиках современного брендинга, способах анализа бренда как категории рекламы и связей с общественностью, теоретических и практических основах процесса создания и управления брендом; обучение навыкам, необходимым в профессиональной деятельности по созданию и развитию брендов.

К основным задачам освоения дисциплины «Бренд-менеджмент» обучающимися следует отнести:

- получение знаний об основных теоретических положениях курса и базовых понятиях дисциплины;
- изучение характеристик эффективного бренд-менеджмента в различных сферах;
- ознакомление с теорией и практикой построения товарного, корпоративного, индивидуального и территориального бренда;
- анализ мирового, отечественного, регионального опыта построения и управления брендом;
- формирование представлений о ключевых характеристиках бренд-менеджмента;
- формирование практических навыков оценки концепции бренда;
- развитие творческих способностей, необходимых для формирования положительного образа бренда;
- закрепление у обучающихся знаний и навыков, необходимых для профессионального подхода к бренд-менеджменту.

### 2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Бренд-менеджмент» относится к базовой части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате изучения дисциплины «Бренд-менеджмент» обучающиеся должны:

**Знать:**

- современные концепции брендинга и бренд-менеджмента;
- основные брендируемые объекты и типы брендов;
- алгоритм разработки платформы бренда;

**Уметь:**

- принимать управленческие решения при формировании капитала бренда и развитие бренда во времени;
- ориентироваться в этапах создания бренда как инвестиционного проекта

**Владеть:**

- навыками разработки системы идентификаторов бренда
- принципами бренд-коммуникационного планирования при построении и управлении брендом

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 академических часов).

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Практические (семинарские) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
Очная	3	6	90/2,5	36	18	18		18	36	экзамен
Очная	4	7	126/3,5	54	18	36		36	36	экзамен
<b>Итого очная:</b>			<b>216/6</b>	<b>90</b>	<b>36</b>	<b>54</b>		<b>54</b>	<b>72</b>	
заочная	4	7	9/0,25	2	2			7		
Заочная	4	8	36/1	10	4	6		17	9	экзамен
Заочная	5	9	135/3,75	24	10	14		102	9	экзамен
<b>Итого заочная</b>			<b>216/6</b>	<b>36</b>	<b>16</b>	<b>20</b>		<b>126</b>	<b>18</b>	

## **Аннотация рабочей программы дисциплины «Управление репутацией бренда»**

### **1. Цели и задачи изучения дисциплины**

К **основной цели** освоения обучающимися дисциплины «Управление репутацией бренда» следует отнести формирование у них знаний о процессе управления репутацией бренда как особой единице в структуре брендинга, с определенными этапами, принципами, методами, средствами и технологиями управления.

К **основным задачам** освоения дисциплины «Управление репутацией бренда» обучающимися следует отнести:

- получение знаний о репутации как важном стратегическом активе; об основных ее компонентах и главных целевых аудиториях репутации;
- овладение понятийным аппаратом в области управления репутацией и репутационного менеджмента;
- закрепление умений ориентироваться в методах расчета goodwill и количественной и качественной оценке репутации;
- получение представлений об основных подходах и принципах формирования нужного информационного пространства, инструментах мониторинга СМИ, основных понятиях, категориях и инструментах проведения репутационного и коммуникационного аудита;
- приобретение навыков составления пулов целевых СМИ и составления информационной основы репутации;
- овладение инструментами создания нужного образа и технологиями разработки информационной политики;
- ознакомление с основными технологиями управления репутацией, особенностями и возможностями каждой технологии;
- совершенствование умений разрабатывать коммуникационную политику, как для внешних, так и для внутренних аудиторий;
- овладение навыками разработки коммуникационной программы в соответствии с репутационной стратегией и технологиями ее практической реализации;
- уяснение основных принципов управления репутационными рисками в ситуациях кризиса;
- ознакомление с технологиями практической реализации антикризисной программы для сохранения репутации;
- приобретение знаний об основных инструментах работы с репутацией в сети Интернет.

### **2. Место дисциплины в структуре ОП**

Дисциплина «Управление репутацией бренда» относится к базовой части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Дисциплина «Управление репутацией бренда» взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками основной образовательной программы.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик: «Психология массовых коммуникаций»; «Экономика»; «Менеджмент»; «Основы маркетинга»; «Маркетинговые исследования»; «Основы рекламы», «Основы связей с общественностью»; «Основы интегрированных коммуникаций», «Основы брендинга»; «Бренд – менеджмент»; «Экономическая оценка эффективности бренда»;

«Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности»; «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности».

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин (практик): «Преддипломная практика»; «Государственная итоговая аттестация».

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате изучения дисциплины «Управление репутацией бренда» обучающиеся должны:

#### **Знать:**

- основные понятия, категории и инструменты создания информационной основы репутации организации;
- основные понятия, категории и инструменты планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний;
- технологии управления репутацией компании;
- особенности антикризисных коммуникаций как инструмента защиты репутации.

#### **Уметь:**

- структурировать информационное пространство и создавать информационную основу репутации;
- выбирать конкретные коммуникационные технологии для разработки коммуникационной политики, как для внешних, так и для внутренних аудиторий;
- применять технологии управления репутации в зависимости от ситуации

#### **Владеть:**

- методами оценки эффективности осуществляемых профессиональных функций в управления репутацией в различных структурах;
- навыками разработки коммуникационной программы в соответствии с выбранной репутационной стратегией
- технологиями практической реализации коммуникационной программы в рамках репутационной стратегии.

### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 академических часов).

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./ зач. Ед	Аудиторных часов	Лекции	Практические (семинарские) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
очная	3	6	72/2	36	18	18		36		зачет
очная	4	7	108/3	36	18	18		36	36	экзамен
<b>Итого очная:</b>			<b>180/5</b>	<b>72</b>	<b>36</b>	<b>36</b>		<b>72</b>	<b>36</b>	
Заочная	4	8	9/0,25	2	2			7		
Заочная	5	9	101/2,8	12	6	6		85	4	зачет
Заочная	5	A	70/1,95	12	4	8		49	9	экзамен
<b>Итого заочная:</b>			<b>180/5</b>	<b>26</b>	<b>12</b>	<b>14</b>		<b>141</b>	<b>13</b>	



## **Аннотация рабочей программы дисциплины «Управление проектами»**

### **1. Цели и задачи изучения дисциплины**

**Целью** изучения дисциплины «Управление проектами» является получение представления о теоретических основах управления проектами в рекламе и формирование навыков практического применения полученных знаний в процессе управления рекламными проектами.

К числу основных **задач** изучения дисциплины относятся:

– формирования знаний в области управления проектами: терминологии, понятия и сущности управления рекламным процессом, содержания и этапов разработки рекламного продукта;

- ознакомление с постановкой творческого задания, основными техниками генерирования творческих идей, подготовкой и проведением презентации;

– развитие практических навыков в освоении и применении механизмов управления трудовыми ресурсами, ценообразованием, качеством творческого процесса, управлением временем в проектах.

### **2. Место дисциплины в структуре ОП**

Дисциплина «Управление проектами» относится к базовой части блока Б1 дисциплин образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик:

- Основы теории коммуникации;
- Основы рекламы и связей с общественностью;
- Основы интегрированных коммуникаций;
- Искусство презентации;
- Деловое общение и деловые переговоры;

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих за ней дисциплин:

- Управление репутацией бренда;
- Интегрированные коммуникации в контент – маркетинге;
- Управление контентом в социальных сетях;
- Управление стартапом в медиаиндустрии.

### **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения дисциплины (модуля) у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

#### ***Знать:***

- понятие рекламы и рекламного процесса;
- понятие и сущность управления рекламным процессом;
- содержание и участников рекламного процесса;
- содержание процесса создания и производства рекламного продукта;
- содержание процесса разработки и генерирования творческих идей;

**Уметь:**

- управлять трудовыми ресурсами отделов рекламного агентства;
- управлять ценообразованием;
- управлять качеством творческого процесса;
- управлять временем в проектах;

**Владеть:**

- навыками подготовки и проведения презентации проекта;
- навыками осуществления профессиональных функций управления проектами в различных структурах;
- навыками самостоятельного овладения новыми знаниями в области управления.

**4. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц (288 академических часов).

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./ зач. Ед	Аудиторных часов	Лекции	Практические (семинарские) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
очная	3	6	90/2,5	36	18	18		18	36	экзамен
очная	4	7	72/2	36	18	18		36		зачет
очная	4	8	126/3,5	54	18	36		36	36	экзамен
<b>Итого очная:</b>			<b>288/8</b>	<b>126</b>	<b>54</b>	<b>72</b>		<b>90</b>	<b>72</b>	
заочная	4	7	9/0,25	2	2			7		
заочная	4	8	63/1,75	10	4	6		49	4	зачет
заочная	5	9	69/1,9	14	6	8		46	9	экзамен
заочная	5	A	147/4,08	20	8	12		118	9	экзамен
<b>Итого заочная</b>			<b>288/8</b>	<b>46</b>	<b>20</b>	<b>26</b>		<b>220</b>	<b>22</b>	

## **Аннотация рабочей программы дисциплины «Экономическая оценка эффективности бренда»**

### **1. Цель и задачи изучения дисциплины**

К основной цели освоения обучающимися дисциплины «Экономическая оценка эффективности бренда» следует отнести формирование у них знаний об экономической составляющей в структуре брендинга, с определенными подходами и методами оценки бренда.

К основным задачам освоения дисциплины «Экономическая оценка эффективности бренда» обучающимися следует отнести:

- получение знаний о сущности и специфике бренда как экономической категории;
- получение представлений о финансовых аспектах брендинга;
- приобретение навыков выбора и использования методик при оценке стоимости бренда;
- получение представлений об основных технологиях управления эффективностью брендинга.

### **2. Место дисциплины в структуре ОП**

Дисциплина «Экономическая оценка эффективности бренда» относится к базовой части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик: «Экономика»; «Менеджмент»; «Основы маркетинга»; «Маркетинговые исследования»;

«Основы рекламы», «Основы связей с общественностью», «Основы интегрированных коммуникаций»; «Основы брендинга»; «Бренд – менеджмент»; «Управление репутацией бренда».

### **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения дисциплины «Экономическая оценка эффективности бренда» у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

#### ***Знать:***

- состав, структуру и способы расчета основных показателей экономической эффективности бренда
- принципы и методы управления и организации работы рекламных и PR – служб

#### ***Уметь:***

- анализировать финансовую и экономическую информацию, необходимую для принятия обоснованных решений в сфере экономической оценке эффективности бренда
- планировать, организовывать и осуществлять рекламную и PR – деятельность;

#### ***Владеть:***

- методами оценки экономической эффективности бренда
- методами оценки эффективности технологий, применяемых в рекламной и PR – деятельности.

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 академических часов).

Форма обучения	Курс	Семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
очная	4	8	108/3	36	18	18		36	36	экзамен
Заочная	4	8	18/0,5	2	2			16		
заочная	5	A	90/2,5	16	6	10		65	9	экзамен
<b>Итого заочная</b>			<b>108/3</b>	<b>18</b>	<b>8</b>	<b>10</b>		<b>81</b>	<b>9</b>	

## **Аннотация рабочей программы дисциплины «Физическая культура и спорт»**

### **1. Цели и задачи изучения дисциплины**

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

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

- понимание социальной значимости физической культуры и её роли в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности;
- знание биологических, психолого-педагогических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;
- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое совершенствование и самовоспитание привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом;
- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте;
- приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности к будущей профессии и быту;
- создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений.

### **2. Место дисциплины в структуре ОП**

Являясь компонентом общей культуры, психофизического становления и профессиональной подготовки обучающегося в течение всего периода обучения, дисциплина «Физическая культура и спорт» реализуется в рамках базовой части Блока 1 программы бакалавриата федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

### **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине «Физическая культура и спорт»:

**Знать:**

- социально-биологические основы физического воспитания;
- основы здорового образа жизни;
- методические основы организации самостоятельных занятий физическими упражнениями;
- способы оценки и контроля физического развития и физической подготовленности;

- способы организации, оценки и контроля профессионально-прикладной физической подготовки.

**Уметь:**

- выполнять комплексы оздоровительной и адаптивной физической культуры;
- использовать способы контроля и оценки физического развития и физической подготовленности;
- использовать физические упражнения для профилактики профессиональных заболеваний и воспитания профессионально-прикладных двигательных качеств

**Владеть:**

- различными формами восстановления работоспособности организма;
- методами самооценки физического развития и физической подготовленности;
- средствами и методами физического воспитания для достижения должного уровня физической подготовленности и обеспечения полноценной профессиональной деятельности

**4. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Форма обучения	Курс	Семестр	Трудоемкость дисциплины в часах						Форма итогового контроля	
			Всего час./ зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа		Контроль (промежуточная аттестация)
Очная	1	1	18/0,5			18				Зачет
Очная	1	2	18/0,5		18					Зачет
Очная	2	4	18/0,5			18				Зачет
Очная	3	6	18/0,5			18				Зачет
<b>Итого очная:</b>			<b>72</b>	<b>72</b>	<b>18</b>	<b>54</b>				
заочная	3	6	72/2	3	3			65	4	зачет

## **Аннотация рабочей программы дисциплины «Политическая реклама и PR»**

### **1. Цель и задачи изучения дисциплины**

**Цель** изучения дисциплины – формирование у обучающихся системы знаний и навыков в области политической рекламы и политического PR, применительно к избирательному процессу современной России.

**Задачи** изучения дисциплины:

- проанализировать цели, функции, инструментарий политического маркетинга;
- изучить коммуникационные технологии политического маркетинга, определить основные каналы коммуникации с электоратом;
- изучить проблемы применения методов политического маркетинга в условиях избирательной кампании;
- освоить методы исследования аудитории политических коммуникаций, политические предпочтения целевых групп и их причины, связь с различными факторами и возможные методы убеждения;
- проанализировать цели, принципы, процессы и стадии стратегического и тактического планирования избирательной кампании;
- изучить идеологические особенности российских партий в процессе избирательных кампаний;
- проанализировать способы и эффективность продвижения кандидатов и партий посредством инструментария политического маркетинга.

### **2. Место дисциплины в структуре ОП**

- Дисциплина «Политическая реклама и PR» относится к базовой части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.
- Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин (практик).
- Научно-исследовательская работа
- «Преддипломная практика»;
- «Государственная итоговая аттестация».

### **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

**Знать:**

- требования к организации политических коммуникаций, ориентироваться в современных технологиях избирательных кампаний современной России, понимать политический маркетинг как инструмент социального взаимодействия, направленный на создание гармонии в отношениях общества и власти, социальных групп и политических партий.

**Уметь:**

- проводить исследования предвыборной ситуации, анализировать электоральные модели в ходе избирательной кампании для формирования стратегии и тактики, а также прогнозировать тенденции изменения общественного мнения - шансы кандидатов и поведение избирателей на выборах.

**Владеть:**

- навыками использования полученных знаний в практической деятельности при организации политических PR- и рекламных кампаний.

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 академических часа).

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
Очная	4	7	72/2	36	18	18	-	36		зачет
заочная	4	7	9/0,25	2	2	-	-	7		
заочная	4	8	63/1,75	6	2	4	-	53	4	зачет
<b>Итого заочная</b>			<b>72/2</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>4</b>		<b>53</b>	<b>4</b>	



## Аннотация рабочей программы дисциплины «Введение в специальность»

### 1. Цель и задачи изучения дисциплины «Введение в специальность»

**Целями** освоения дисциплины «Введение в специальность» являются формирование представлений о рекламе и связях с общественностью (PublicRelation) как о динамичной многомерной системе и рассмотрение её в различных аспектах – историческом, экономическом, политическом, административном, правовом, организационном, кадровом, а также получение знаний о спектре профессий и специальностей в сфере рекламы и PR, помощь в выборе специализации и определение вектора развития профессиональных компетенций обучающегося по направлению реклама и связи с общественностью.

- Основными **задачами** освоения дисциплины «Введение в специальность» являются:
- получение знаний по общетеоретическим основам рекламной и PR- деятельности;
- по современной практике рекламной и PR - деятельности, её организации, правовому и административному регулированию;
- изучение специализации участников рекламного рынка – рекламодателей, рекламопроизводителей, рекламораспространителей, исследователей рекламы и PR;
- знакомство обучающихся с профессиями в сфере рекламы и PR.

### 2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Введение в специальность» относится к обязательным дисциплинам вариативной части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик: Социология; Психология; Основы рекламы; Основы связей с общественностью

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин (практик): Основы связей с общественностью; Теория и практика коммуникаций; Маркетинговые исследования.

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

#### **Знать:**

- теоретические основы рекламы и связей с общественностью; методологические подходы к определению сущности рекламы и PR; современные виды, формы и методы рекламы и PR;
- организацию рекламной и PR-деятельности, их структуру, этапы и участников; специфику различных средств рекламы и PR;
- виды и особенности различных рекламных профессий; функциональные обязанности и этические нормы рекламного персонала.

#### **Уметь:**

- выбирать средства рекламы; ориентироваться во взаимодействии участников рекламного процесса;
- осуществлять коммуникации с масс - медиа;
- участвовать в осуществлении рекламных и PR - проектов;
- строить профессиональную карьеру.

**Владеть:**

- навыками (приобрести опыт) работы с информационными потоками в сфере рекламы и PR; создания рекламного и PR - продукта;
- навыками организации профессиональной деятельности на разных позициях на стороне рекламодателя, рекламопроизводителя, рекламораспространителя, исследователя рекламы и связей с общественностью;
- навыками в разработке рекламных и PR - продуктов и управлении рекламными и PR - проектами.

**4. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 академических часов).

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./ зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
очная	1	1	108/3		18	18		36	36	экзамен
заочная	1	1	108/3	12	6	6		87	9	экзамен

## Аннотация рабочей программы дисциплины «История искусства и литературы»

### 1. Цели и задачи изучения дисциплины

**Цель:** дать представления об общих закономерностях литературного процесса и об основных этапах истории искусства; воспитать навыки филологической и художественной культуры, необходимые для создания запоминающихся образов в процессе профессиональной деятельности.

**Задачи:**

- ознакомить обучающихся с основными этапами истории русской и зарубежной литературы, с важнейшими направлениями литературоведения XX-XXI веков;
- сформировать знания об основных тенденциях и идейном и художественном своеобразии русской и зарубежной культуры на разных исторических этапах;
- изучить классические произведения, а также направления и течения в искусстве и литературе России и Европы в контексте мировой культуры, учитывающей взаимосвязи Запада и Востока.
- дать понятие об особенностях творческих индивидуальностей крупнейших писателей, скульпторов, художников, архитекторов;
- сформировать представления о системе жанров и стилевых направлениях, течениях каждого историко-литературного периода.

### 2. Место дисциплины в структуре ОП

Настоящая дисциплина относится к обязательным дисциплинам вариативной части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик: История.

Для освоения учебной дисциплины, обучающиеся должны владеть следующими знаниями и компетенциями:

- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин: История, Культура России: человек, общество, государство, Стилистика и литературное редактирование.

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины

**Знать:**

- этапы развития культуры и литературы, жанровое своеобразие каждой культурно-исторической эпохи, ее основных представителей.

**Уметь:**

- анализировать основные памятники искусства и литературы в контексте культурно-исторической проблематики и достижений современного литературоведения и искусствознания.

**Владеть:**

- навыками самостоятельно оценивать художественную значимость, ценность и своеобразие текста, образа искусства или литературы, конкретного произведения.

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 36 зачетные единицы (108 академических часов).

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
очная	1	1	108/3	36	18	18	-	36	36	экзамен
заочная	1	2	108/3	14	6	8	-	85	9	экзамен

## **Аннотация рабочей программы дисциплины «Стилистика и литературное редактирование»**

### **1. Цель и задачи изучения дисциплины**

**Цель:** ознакомить обучающихся с вопросами стилистической дифференциации языковых средств, охарактеризовать нормы литературного языка, показать наиболее целесообразное использование синонимических вариантов, привить навыки обоснованного их выбора, содействовать повышению речевой культуры. Продемонстрировать формирование речевой культуры как одного из аспектов этнокультурной системы личности. Обучить основам лингвистического анализа текстов различных стилей и жанров, изложить теоретические основы функциональной стилистики, ознакомить с ее основными понятиями, принципами речевой организации стилей, закономерностями функционирования языковых средств в рамках конкретного функционального стиля. Ознакомить теоретическими актуальными и дискуссионными вопросами современной стилистики. Научить применять полученные теоретические сведения и практические навыки в области рекламы и связей с общественностью.

#### **Задачи:**

- сообщить обучающимся основные понятия и категории стилистики как науки;
- дать характеристику стилистических ресурсов фонетики, лексики, фразеологии, словообразования, морфологии и синтаксиса русского языка;
- ознакомить с системой функциональных стилей современного русского языка;
- развить стилистическое чутьё;
- совершенствовать навыки и умения обучающихся оценивать и правильно употреблять языковые средства в речи в соответствии с конкретным функциональным стилем, в зависимости от содержания высказывания, целей, которые ставит перед собой говорящий (пишущий), ситуации и сферы общения;
- дать понятие о стилистической норме;
- научить понимать лингвистическую природу стилистических ошибок и исправлять их;
- научить приемам стилистического анализа и литературного редактирования текста;
- совершенствовать навыки обучающихся в составлении текстов разных стилей и жанров;
- развивать коммуникативные способности обучающихся;
- способствовать формированию гармоничной личности, свободно владеющей нормами речевой культуры.

### **2. Место дисциплины в структуре ОП**

Дисциплина «Стилистика и литературное редактирование» относится к обязательным дисциплинам вариативной части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик: «Русский язык и культура речи».

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин: «Основы копирайтинга», «Управление контентом в социальных сетях», «Блоггинг».

### **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине(модулю):

**Знать:**

- функциональный потенциал стилистических ресурсов фонетики, лексики, фразеологии, словообразования, морфологии и синтаксиса русского языка; стилистическую дифференциацию стилистических средств русского языка;
- систему функциональных стилей русского языка; техники убеждения и эффективной аргументации для того, чтобы конструктивно участвовать в переговорах, дискуссиях и выступать на совещаниях;
- языковые особенности текстов разных жанров; типологию стилистических ошибок, приемы стилистического анализа и литературного редактирования.

**Уметь:**

- создавать речевые произведения с учетом особенностей ситуации общения; распознавать и нейтрализовать логические уловки и попытки речевого манипулирования; аргументированно и последовательно вести спор, дискуссию, полемику; осуществлять деловое общение: вести переговоры, совещания, деловую переписку;
- осуществлять выбор языковых средств с учетом динамики норм современного литературного языка; оценивать и повышать коммуникативную эффективность сообщения; проводить различные виды анализа языковых явлений и фактов, допускающих неоднозначную интерпретацию;
- обнаруживать и исправлять стилистические ошибки в текстах; применять всесторонний и квалифицированный стилистический анализ текста, распознавать особенности авторского идиостиля.

**Владеть:**

- способами эффективного использования речевых средств в функциях общения, сообщения и воздействия; навыками самоопределения в конкретной речевой ситуации и поступать с учетом ситуации общения;
- приемами и методами анализа и синтеза в процессе восприятия, усвоения и переработки информации, связанной с профессиональной деятельностью;
- навыками информационной переработки текста, создания различных типов текстов, доработки и обработки (корректур, редактирование и т.п.) различных типов текстов.

**4. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 академических часов).

Форма обучения	Курс	Семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./ зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
очная	3	5	108/3	18	18	18		36	36	экзамен
заочная	3	6	9/0,25	2	2	-	-	7	-	
заочная	4	8	99/2,75	6	2	4		84	9	экзамен
<b>Итого заочная</b>			<b>108/3</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>4</b>		<b>91</b>	<b>9</b>	

## **Аннотация рабочей программы дисциплины «Иностранный язык делового общения (английский, немецкий, французский)»**

### **1. Цель и задачи изучения дисциплины**

Целью изучения дисциплины являются: «Иностранный язык делового общения (английский, немецкий, французский)» приобретение обучающимися различных компетенций, связанных с овладением иностранным языком, расширение и углубление теоретических и практических знаний, умений и навыков, использование их в профессиональной деятельности по направлению подготовки Направление 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"

К числу задач освоения дисциплины относятся:

формирование и развитие языковых навыков:

- развитие навыков продуктивного использования грамматических форм и конструкций;
- развитие лексических навыков в рамках курса, с учетом уровня коммуникативной компетенции; расширение и использование активного словарного запаса в профессиональных речевых ситуациях; овладение идиоматическими выражениями, специальной терминологией, нормами делового общения на иностранном языке;

### **2. Место дисциплины в структуре ОП**

Дисциплина «Иностранный язык делового общения (английский, немецкий, французский)» относится к обязательным дисциплинам вариативной части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик:

- Иностранный язык

Для освоения учебной дисциплины, обучающиеся должны владеть знаниями и компетенциями сформированными в результате изучения иностранного языка в вузе по образовательной программе подготовки бакалавров.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин: «Преддипломная практика», «Государственная итоговая аттестация».

Практическая часть курса связана с расширением активного и пассивного словаря делового английского языка, с развитием у обучающихся коммуникативных навыков для успешного делового общения, такого как: ведение телефонных и личных переговоров, ведение деловой переписки, организация и проведение встреч, интервью, подготовка и проведение презентаций.

### **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине «Иностранный язык делового общения (английский, немецкий, французский)»

**Знать:**

- терминологию, относящуюся к сфере делового общения; принципы коммуникации в различных ситуациях.
- особенности международной коммуникации, этнические, конфессиональные и культурные различия

**Уметь:**

- излагать мысли в письменной и устной формах в сфере деловой коммуникации

- успешно осуществлять коммуникацию в сфере делового и профессионального общения

**Владеть:**

- специальной терминологией, необходимым лексическим минимумом; навыками понимания, письменного и устного перевода текста, относящегося к сфере профессиональной деятельности, передачи прочитанного, разговора на английском языке с использованием терминологии делового общения
- специальной лексикой и профессиональной терминологией, навыками понимания, письменного и устного перевода текста, относящегося к сфере профессиональной деятельности

**4. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 академических часов).

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час. / зач. ед	Аудиторных часов	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
Очная	3	5	36/1	18		18		18		зачет
Очная	3	6	72/2	18		18		54		зачет
Очная	4	7	72/2	18		18		18	36	экзамен
<b>Итого очная::</b>			<b>180/5</b>	<b>54</b>		<b>54</b>		<b>90</b>	<b>36</b>	
Заочная	2	3	72/2	2	2	-	-	70	-	
Заочная	3	5	18/0,5	10	-	10	-	4	4	зачет
Заочная	3	6	18/0,5	10	-	10	-	4	4	зачет
Заочная	4	7	72/2	10	-	10		53	9	экзамен
<b>Итого заочная:</b>			<b>180/5</b>	<b>32</b>	<b>2</b>	<b>30</b>	<b>-</b>	<b>131</b>	<b>17</b>	



## **Аннотация рабочей программы дисциплины «Основы копирайтинга»**

### **1. Цель и задачи изучения дисциплины**

**Цель:** Научить обучающихся осознанно и целенаправленно применять языково-стилистические ресурсы русского языка для решения конкретных маркетинговых задач, направленных на продвижение торговой марки, увеличение объемов сбыта товарной продукции, формирование позитивного имиджа фирмы и противостояния конкурентам в условиях нестабильной экономической ситуации.

**Задачи:**

- Дать знания, касающиеся основных принципов и методов порождения эффективных рекламных обращений.
- Ознакомить обучающихся с концепциями ведущих мировых рекламных школ в области копирайтинга.
- Представить обучающимся современные рекомендации по составлению рекламных текстов, способных эффективно продвигать товары или услуги на рынке под конкретной торговой маркой.
- Ознакомить обучающихся с языково-стилистическими ресурсами современного русского языка и дать представление о возможностях каждой из групп языковых языковых единиц отражать в текстах те или иные рекламные интенции.
- Показать специфику вербального отражения рекламной идеи в слогане или заголовке, раскрыть возможности представления основной части рекламного текста в языковой, визуальной или графической форме.
- Дать знания в области размещения рекламных материалов, учитывая специфику целевой аудитории и возможности каждого из рекламоносителей.

### **2. Место дисциплины в структуре ОП**

Дисциплина «Основы копирайтинга» относится к обязательным дисциплинам вариативной части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик: «Русский язык и культура речи».

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин: «Преддипломная практика»; «Государственная итоговая аттестация».

### **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

**Знать:**

- основные требования, предъявляемые к современным рекламным текстам; принципы построения логически непротиворечивых устных и письменных рекламных обращений;
- нормы современного русского литературного языка и вести решительную борьбу с ненормативной лексикой и фразеологией в процессе порождения рекламных обращений.

**Уметь:**

- выбирать языково-стилистические средства, соответствующие логике рекламного обращения; видеть недостатки в структуре и содержании рекламного обращения и профессионально устранять их;
- находить те необходимые языково-стилистические средства, которые отражают рекламные интенции.

**Владеть:**

- приемами обработки структурных элементов рекламного текста – слогана, заголовка, основного текста рекламы, коды и рекламных реквизитов; приемами работы с рекламными текстами, направленными на повышение эффективности рекламного посыла;
- приемами профессионального составления рекламных текстов, которые реально способны продвигать на рынке товар или услугу

**4. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 академических часов).

Форма обучения	Курс	Семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
очная	3	6	108/3	36	18	18		36	36	экзамен
заочная	4	7	9/0,25	2	2	-	-	7	-	
заочная	4	8	99/2,75	20	4	16		70	9	экзамен
<b>Итого заочная</b>			<b>108/3</b>	<b>22</b>	<b>6</b>	<b>16</b>	<b>-</b>	<b>77</b>	<b>9</b>	

## **Аннотация рабочей программы дисциплины «Скрайбинг»**

### **1. Цель и задачи изучения дисциплины**

К основной цели освоения дисциплины «Скрайбинг» следует отнести: формирование у обучающихся практических навыков в области разработки скрайбинг-презентаций.

К основным задачам освоения дисциплины «Скрайбинг» следует отнести:

- создание представления у обучающихся о скрайбинге как новой технике визуальной коммуникации;
- ознакомление с технологическим процессом и инструментами визуализации информации в технике скрайбинга;
- ознакомление с основным комплексом визуальных средств воздействия, используемых при разработке презентационных материалов;
- развитие и закрепление основных навыков разработки презентаций в технике скрайбинга.

### **2. Место дисциплины в структуре ОП**

Дисциплина «Скрайбинг» относится к обязательным дисциплинам вариативной части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Дисциплина «Скрайбинг» взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП: Массовые коммуникации и медиапланирование; Интегрированные коммуникации в интернет-маркетинге, Основы копирайтинга, Видеоконтент, Инфографика.

### **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине(модулю):

#### ***Знать:***

- базовые приемы создания текстов для разработки скрайбинг-презентации (сопроводительное описание, текстовые блоки, сценарии, шрифтовые композиции, закадровый текст, титры)
- принципы планирования и реализации процесса разработки скрайбинг-презентации

#### ***Уметь:***

- создавать и редактировать тексты для разработки скрайбинг-презентации (сопроводительное описание, текстовые блоки, сценарии, шрифтовые композиции, закадровый текст, титры);
- планировать и осуществлять подготовку и разработку скрайбинг-презентации

#### ***Владеть:***

- навыками литературного редактирования, копирайтинга для разработки скрайбинг-презентации (сопроводительное описание, текстовые блоки, сценарии, шрифтовые композиции, закадровый текст, титры)
- навыками планирования и осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий по подготовке и разработке скрайбинг-презентации

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Форма обучения	Курс	Семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./ зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
очная	2	4	72/2	18		18		54		зачет
заочная	4	7	9/0,25	2	2			7		
заочная	4	8	63/1,75	10		10		49	4	зачет
<b>Итого заочная</b>			<b>72/2</b>	<b>12</b>	<b>2</b>	<b>10</b>		<b>56</b>	<b>4</b>	

## Аннотация рабочей программы дисциплины «Инфографика»

### 1. Цель и задачи изучения дисциплины

К основной **цели** освоения дисциплины «Инфографика» следует отнести формирование у обучающихся практических навыков в области разработки инфографики.

К основным **задачам** освоения дисциплины «Инфографика» следует отнести:

- создание представления у обучающихся об инфографике как одной из форм информационного дизайна;
- ознакомление с технологическим процессом и инструментами инфографики;
- ознакомление с основным комплексом визуальных средств воздействия, используемых при разработке инфографики;
- развитие и закрепление основных навыков передачи информации визуальными средствами.

### 2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Инфографика» относится к обязательным дисциплинам вариативной части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Дисциплина «Скрайбинг» взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП: Массовые коммуникации и медиапланирование; Основы копирайтинга, Видеоконтент, Инфографика.

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине(модулю):

#### **Знать:**

- базовые приемы создания текстов для разработки инфографики (подготовка и анализ текстового материала, сопроводительное описание, текстовые блоки, шрифтовые композиции)
- базовые принципы планирования и реализации процесса разработки и продвижения инфографики

#### **Уметь:**

- создавать и редактировать тексты для разработки инфографики (подготовка и анализ текстового материала, сопроводительное описание, текстовые блоки, шрифтовые композиции)
- планировать и осуществлять подготовку, разработку и продвижение инфографики

#### **Владеть:**

- навыками литературного редактирования, копирайтинга для разработки инфографики (подготовка и анализ текстового материала, сопроводительное описание, текстовые блоки, шрифтовые композиции)
- навыками планирования и осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий по подготовке, разработке и продвижению инфографики

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Форма обучения	Курс	Семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./ зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
очная	3	5	72/2	36		36		36		зачет
заочная	3	6	9/0,25	2	2	-	-	7		
заочная	4	7	63/1,75	10	-	10	-	49	4	зачет
<b>Итого заочная</b>			<b>72/2</b>	<b>12</b>	<b>2</b>	<b>10</b>	<b>-</b>	<b>56</b>	<b>4</b>	

## Аннотация рабочей программы дисциплины «Видеоконтент»

### 1. Цель и задачи изучения дисциплины

**Целью** освоения дисциплины «Видеоконтент» является формирование у обучающихся практических навыков в области разработки и продвижения видеоконтента. К числу основных **задач** изучения дисциплины относятся:

- формирование у обучающихся представления об основных направлениях и технологических процессах подготовки материалов в сфере аудио-, видео, интернет-продукции;
- развить и закрепить основные навыки подготовки и принятия решений в области создания и управления аудио-, видео, интернет-материалов в области рекламы и PR с использованием современных технологий;
- ознакомление с комплексом визуальных средств воздействия, используемых в разработке аудио-, видео, интернет-материалов.

### 2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Видеоконтент» относится к обязательным дисциплинам вариативной части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Дисциплина «Видеоконтент» взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП: Массовые коммуникации и медиапланирование, Основы копирайтинга, Скрайбинг ,Инфографика

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины

#### **Знать:**

- базовые приемы создания текстов для разработки видеоконтента (сопроводительное описание, сценарии, титры)
- базовые принципы планирования и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий в рамках продвижения видеоконтента

#### **Уметь:**

- создавать и редактировать тексты для разработки видеоконтента (сопроводительное описание, сценарии, титры)
- планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия по продвижению видеоконтента

#### **Владеть:**

- навыками литературного редактирования, копирайтинга для разработки видеоконтента (сопроводительное описание, сценарии, титры)
- навыками планирования и осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий по продвижению видеоконтента

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Форма обучения	Курс	Семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
очная	3	6	72/2	36		36		36		зачет
заочная	4	7	9/0,25	2	2			7		зачет
заочная	4	8	63/1,75	10		10		49	4	зачет
<b>Итого заочная</b>			<b>72/2</b>	<b>12</b>	<b>2</b>	<b>10</b>		<b>56</b>	<b>4</b>	



## Аннотация рабочей программы дисциплины «Основы контент-маркетинга»

### 1. Цель и задачи изучения дисциплины

**Основной целью** изучения дисциплины «Основы контент-маркетинга» является формирование у обучающихся базовых навыков подготовки и планирования контента для современных медиа в зависимости от маркетинговых целей, рыночной ситуации, характеристик потребителя/пользователя и иных факторов, влияющих на конечный информационный продукт.

**Задачи** дисциплины:

- формирования устойчивых знаний в области контент-маркетинга: терминологии, особенностей и возможностей современных медиаканалов, принципов создания контента, прежде всего, текстового.
- знакомство с удачными и неудачными примерами публикаций с целью усвоения необходимых элементов, присущих качественному контенту.
- формирование навыков подготовки материалов к публикации в современных медиа.
- развитие навыков анализа и оценки контента.

### 2. Место дисциплины в структуре ОП

Настоящая дисциплина относится к обязательным дисциплинам вариативной части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик: Философия, Русский язык и культура речи, Основы маркетинга, Основы рекламы, Основы связей с общественностью, Основы поисковой оптимизации

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих за ней дисциплин: Видеоконтент. Интегрированные коммуникации в контент-маркетинге, Блоггинг

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

**Знать:**

- виды и типы контента.
- особенности планирования контентной стратегии и создания контент-плана собственного информационного ресурса организации

**Уметь:**

- анализировать и оценивать разные типы контента, включая обучающий, коммерческий, новостной, коммуникативный, пользовательский, развлекательный, с точки зрения решаемых задач.
- планировать время и место размещения того или иного контента на внутренних и внешних ресурсах организации

**Владеть:**

- базовыми навыками создания шаблонов контента.
- базовыми навыками подготовки контента к публикации на внутренних и внешних ресурсах организации

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Форма обучения	Курс	Семестр	Трудоемкость дисциплины в часах						Форма итогового контроля	
			Всего час./ зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа		Контроль (промежуточная аттестация)
<i>очная</i>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>72/2</b>	<b>36</b>	<b>18</b>	<b>18</b>		<b>36</b>		<b>зачет</b>
заочная	4	7	26/0,7	2	2			24		
заочная	4	8	46/1,3	10	4	6		32	4	зачет
<b><i>Итого заочная</i></b>			<b>72/2</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>6</b>		<b>56</b>	<b>4</b>	

## Аннотация рабочей программы дисциплины «Интегрированные коммуникации в контент-маркетинге»

### 1. Цель и задачи изучения дисциплины

Основной **целью** дисциплины «Интегрированные коммуникации в контент - маркетинге» является формирование у обучающихся базового комплекса знаний и навыков по продвижению на рынке товаров и услуг с помощью различных видов контента.

**Задачи** дисциплины «Интегрированные коммуникации в контент - маркетинге» заключаются:

- в формировании базовых знаний о специфике интегрированных маркетинговых коммуникаций применительно к целям контент - маркетинга;
- в знании обучающимися основ практических умений осуществления интегрированных маркетинговых коммуникаций применительно к целям контент - маркетинга;
- в овладении обучающимися основами проведения маркетинговых исследований в сети Интернет для формирования комплексной стратегии интегрированных маркетинговых коммуникаций в целях контент маркетинга;
- в формировании навыков самообразования и профессионального совершенствования в ходе освоения и применения на практике новых и перспективных способов контент – маркетинга.

### 2. Место дисциплины в структуре ОП

Настоящая дисциплина относится к обязательным дисциплинам вариативной части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик: Маркетинг, Маркетинговые исследования, Основы контент-маркетинга.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин (практик):

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

**Знать:**

- коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.
- пути и способы планирования коммуникационных кампаний и мероприятий.

**Уметь:**

- участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.
- использовать аналитические данные в сфере рекламы и PR для проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.

**Владеть:**

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

- первичными навыками планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Форма обучения	Курс	Семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./ зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
очная	3	6	72/2		18	18		66		зачет
заочная	4	8	18/0,5	2	2			16		
заочная	5	9	54/1,5	22	8	14		28	4	зачет
<b>Итого заочная</b>			<b>72/2</b>	<b>24</b>	<b>10</b>	<b>14</b>		<b>44</b>	<b>4</b>	

## **Аннотация рабочей программы дисциплины «Управление контентом в социальных сетях»**

### **1. Цель и задачи изучения дисциплины**

**Целями** изучения дисциплины «Управление контентом в социальных сетях» являются:

формирование знаний о создании контента и управлении контентом Интернет-ресурсов с веб-ориентированной информационной архитектурой и контент-ориентированными бизнес-процессами;

приобретение практических навыков организации и управления контентом в социальных сетях Интернет.

**Основные задачи** изучения дисциплины:

формирование знаний о контенте социальных сетей Интернет;

ознакомление со специальными и специфическими областями управления контентом в социальных сетях Интернет;

развитие практических навыков освоения управления контентом в социальных сетях Интернет.

### **2. Место дисциплины в структуре ОП**

Дисциплина «Управление контентом в социальных сетях» относится к обязательным дисциплинам вариативной части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах:

- Основы теории коммуникаций;
- Основы рекламы;
- Основы связей с общественностью;
- Основы интегрированных коммуникаций;
- Массовые коммуникации и медиапланирование;
- Теория и практика массовой информации.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих за ней дисциплин:

- Средства разработки мобильных приложений;
- Проектирование сайта;

### **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен иметь следующие результаты обучения по дисциплине:

**Знать:**

виды контента социальных сетей;

- методы и способы получения, формирования, анализа, рафинирования и преобразования исходного нецифрового контента для формирования контента в социальных сетях Интернет.
- процессы приобретения и продажи контента в социальных сетях;
- принципы восприятия различных видов контента и отображения информации на страницах.

**Уметь:**

- применять методы управления интерфейсом и сервисами социальных сетей Интернет

- организовывать взаимодействие пользователей контента в социальных сетях Интернет.
- использовать методы планирования поставки контента; применять методы управления контентом в реальном времени.

**Владеть:**

- инструментами управления распространением контента в социальных сетях Интернет;
- методами разработки маркетинговых, рекламных и PR-составляющих контента в социальных сетях Интернет.
- навыками планирования поставки контента в социальных сетях Интернет на основе коммерции и «безденежного» размещения;
- интерфейсом программных средств управления контентом в социальных сетях.

**4. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Форма обучения	Курс	Семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
Очная	3	6	72/2	36	-	36	-	36		зачет
заочная	4	8	18/0,5	2	2			16		
заочная	5	9	54/1,5	18	6	12		32	4	зачет
<b>Итого заочная</b>			<b>72</b>	<b>20</b>	<b>8</b>	<b>12</b>		<b>48</b>	<b>4</b>	

## **Аннотация рабочей программы дисциплины «Блоггинг»**

### **1. Цели и задачи изучения дисциплины**

**Целью** освоения дисциплины «Блоггинг» является формирование у обучающихся представления о блоггинге как маркетинговом инструменте, его особенностях функционирования, воздействия на аудиторию, возможностях продвижения различных объектов.

#### **Задачи курса:**

- ознакомить обучающихся с разновидностями блогов и платформ для их ведения
- сформировать представление о стратегии ведения блога
- изучить способы продвижения блогов на коммерческой и некоммерческой основе
- изучить методы получения статистической информации о блоге

### **2. Место дисциплины в структуре ОП**

Дисциплина «Блоггинг» относится к обязательным дисциплинам вариативной части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик: Основы маркетинга, Маркетинговые исследования, Информационные технологии в медиаиндустрии, Основы кодирования и программирования в интернет-маркетинге, Базы данных в стратегическом планировании коммуникации, Основы рекламы и связей с общественностью, Массовые коммуникации и медиапланирование, Управление репутацией бренда, Инфографика, Скрайбинг, Видеоконтент, Основы контент-маркетинга, Управление контентом в социальных сетях, Интегрированные коммуникации в контент-маркетинге.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих за ней дисциплин: Средства разработки мобильных приложений, Проектирование сайта.

### **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен иметь следующие результаты обучения по дисциплине:

#### ***Знать:***

- особенности контента блогов
- средства получения данных об аудитории блога

#### ***Уметь:***

- создавать качественный контент блогов
- использовать приложения и разделы аккаунта для проведения социологического исследования

#### ***Владеть:***

- основными приемами создания контента блогов
- основными методами использования данных социологических исследований для корректировки работы с блоггом

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Форма обучения	Курс	Семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
Очная	4	8	72/2	36	-	36	-	36		зачет
заочная	5	9	9/0,25	2	2			7		
заочная	5	A	63/1,75	10		10		49	4	зачет
<b>Итого заочная</b>			<b>72/2</b>	<b>12</b>	<b>2</b>	<b>10</b>		<b>56</b>	<b>4</b>	



## **Аннотация рабочей программы дисциплины «Элективные курсы по физической культуре и спорту»**

### **1. Цели и задачи изучения дисциплины**

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

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

- понимание социальной значимости физической культуры и её роли в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности;
- знание биологических, психолого-педагогических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;
- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое совершенствование и самовоспитание привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом;
- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самОпределение в физической культуре и спорте;
- приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности к будущей профессии и быту;
- создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений.

### **2. Место дисциплины в структуре ОП**

Являясь компонентом общей культуры, психофизического становления и профессиональной подготовки обучающегося в течение всего периода обучения, дисциплина «Элективные курсы по физической культуре и спорту» реализуется в рамках дисциплины по выбору вариативной части Блока 1 программы бакалавриата федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

### **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине «Элективные курсы по физической культуре и спорту»:

#### **Знать:**

- социально-биологические основы физического воспитания;
- основы здорового образа жизни;
- методические основы организации самостоятельных занятий физическими упражнениями;
- способы оценки и контроля физического развития и физической подготовленности;
- способы организации, оценки и контроля профессионально-прикладной физической подготовки.

**Уметь:**

- выполнять комплексы оздоровительной и адаптивной физической культуры;
- использовать способы контроля и оценки физического развития и физической подготовленности;
- использовать физические упражнения для профилактики профессиональных заболеваний и воспитания профессионально-прикладных двигательных качеств

**Владеть:**

- различными формами восстановления работоспособности организма;
- методами самооценки физического развития и физической подготовленности;
- средствами и методами физического воспитания для достижения должного уровня физической подготовленности и обеспечения полноценной профессиональной деятельности

**4. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 328 академических часов.

Форма обучения	Курс	Семестр	Трудоемкость дисциплины в часах						Форма итогового контроля	
			Всего час./зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа		Контроль (промежуточная аттестация)
очная	1	1		50		50				зачет
очная	1	2		50		50				зачет
очная	2	3		68		68				зачет
очная	2	4		50		50				зачет
Очная	3	5		68		68				зачет
очная	3	6		42		42				зачет
<b>Итого очная:</b>				<b>328</b>		<b>328</b>				
заочная	1	2	72	-	-	-	-	76	4	зачет
заочная	2	4	72	-	-	-	-	78	4	зачет
заочная	3	6	68	-	6	-	-	156	4	зачет
<b>Итого заочная</b>			<b>328</b>	<b>-</b>	<b>6</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>310</b>	<b>12</b>	

## Аннотация рабочей программы дисциплины «Потребительское поведение»

### 1. Цель и задачи изучения дисциплины

К основной цели освоения обучающимися дисциплины «Потребительское поведение» относится обеспечение обучающихся необходимыми знаниями и умениями в области потребительского поведения, факторов, его определяющих и формирующих, а также методов и подходов к управлению потребительским поведением.

К основным задачам освоения дисциплины «Потребительское поведение» обучающимися следует отнести:

- Изучение механизмов принятия потребительского решения;
- Исследование внешних и внутренних факторов, определяющих поведение потребителей.
- Рассмотрение психологических аспектов мотивации;
- Изучение индивидуальных психологических различий потребителей;
- Изучение эффективных приемов и методов воздействия на поведение потребителя.
- Изучение психологии консьюмеризма.

### 2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Потребительское поведение» относится к дисциплинам по выбору вариативной части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен иметь следующие результаты обучения по дисциплине:

***Знать:***

- особенности потребительского поведения в процессе принятия решения о покупке;
- психологию возникновения и осознания потребности;
- психологические особенности покупки и слепокупочного поведения;
- значение различных видов ресурсов в поведении потребителей;

***Уметь:***

- применять знания об альтернативах и критериях при психологическом анализе процесса принятия потребительского решения;
- определять потребительские установки в зависимости от различных ситуаций;
- выделять доминирующие факторы, предопределяющие потребительский выбор и поведение в целом;

***Владеть:***

- методиками оценки потребительского поведения, психографики;
- навыками анализа жизненного стиля потребителя;

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./ зач. ед	Аудиторных часов	Лекции	Практические (семинарские) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
Очная	1	2	72/2	18		18		54		зачет
Заочная	2	3	72/2	10	4	6		58	4	зачет

## **Аннотация рабочей программы дисциплины «Полиграфические материалы современных рекламоносителей»**

### **1. Цель и задачи изучения дисциплины**

К основным **целям** освоения дисциплины «Полиграфические материалы современных рекламоносителей» следует отнести:

- изучение ассортимента полиграфических материалов на основе природных и синтетических волокон востребованных как рекламоносители;
- ознакомление с основами технологических процессов производства бумажных и пленочных материалов, красок и чернил, лаков и клеящих веществ;
- изучение состава, структурных, физико-химических и оптических свойств современных рекламоносителей;
- изучение видов отделки современной рекламной продукции;
- изучение методов контроля качества современных рекламоносителей; ознакомление с испытательным оборудованием, аналитической аппаратурой, компьютерным программным обеспечением для обработки результатов, оценки и прогнозирования их эксплуатационных характеристик.

К основным **задачам** освоения дисциплины «Полиграфические материалы современных рекламоносителей» следует отнести:

- приобретение навыков рационального выбора полиграфических материалов современных рекламоносителей;
- освоение навыков применения методов контроля для оценки показателей качества полиграфических материалов;
- формирования знаний перспективного развития ассортимента полиграфических материалов современных рекламоносителей.

### **2. Место дисциплины в структуре ОП**

Настоящая дисциплина «Полиграфические материалы современных рекламоносителей» относится к дисциплинам по выбору вариативной части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах:

- «Математика и статистика»
- «Основы теории коммуникации»
- «Основы рекламы»

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

- «Управление проектами»
- «Экономическая оценка эффективности бренда»
- «Разработка и технологии производства и размещения печатного рекламного и ПР продукта»
- «Практика производственная»

### **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения дисциплины (модуля) у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

**Знать:**

- приёмы саморазвития и повышения своей квалификации и мастерства

- этапы подготовки к выпуску, производство рекламной продукции в рамках традиционных и современных тенденций развития медиаиндустрии

**Уметь:**

- самостоятельно ставить себе задачи и цели для устранения пробелов в знаниях
- применять знания материаловедения на этапах производства рекламного продукта в рамках традиционных и современных тенденций развития медиаиндустрии

**Владеть:**

- навыками управления временем и способами развития достоинств и устранения недостатков
- критериями качества готовой рекламной продукции.
- навыками разработки технологических потоков производства рекламной продукции.

**4. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./ зач. ед	Аудиторных часов	Лекции	Практические (семинарские) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
Очная	1	2	72/2	18		18		54		зачет
Заочная	2	3	72/2	10	4	6		58	4	зачет

## Аннотация рабочей программы дисциплины «Основы поисковой оптимизации»

### 1. Цель и задачи изучения дисциплины

**Основной целью** дисциплины «Основы поисковой оптимизации» является формирование у обучающихся базовых навыков анализа интернет-сайтов на предмет соответствия рекомендациям поисковых систем и умений ставить задачи по совершенствованию страниц интернет-сайтов.

#### **Задачи дисциплины:**

- познакомить с особенностями работы поисковых систем в интернете;
- сформировать понимание основных принципов, в соответствии с которыми поисковые системы ранжируют в поисковой выдаче интернет-страницы (SERP), содержащие интересующую пользователя информацию;
- развить навыки постановки целей и задач в узкоспециализированных областях;
- научить пользоваться базовыми инструментами (сервисами), применяемыми в сфере поисковой оптимизации для оценки интернет-страниц, подготовки семантического ядра и контента.

### 2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Основы поисковой оптимизации» относится к дисциплинам по выбору вариативной части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик:

- Основы рекламы и связей с общественностью
- Информационные технологии в медиаиндустрии
- Основы кодирования и программирования в интернет-маркетинге

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих за ней дисциплин:

- Основы контент-маркетинга
- Интегрированные коммуникации в контент-маркетинге
- Управление контентом в социальных сетях
- Проектирование сайта
- Массовые коммуникации и медиапланирование

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен иметь следующие результаты обучения по дисциплине:

#### **Знать:**

- основные принципы, в соответствии с которыми поисковые системы ранжируют интернет-страницы в поисковой выдаче.
- основные цели и задачи поисковой оптимизации.

#### **Уметь:**

- анализировать интернет-страницы с точки зрения поисковой оптимизации и ставить задачи по проведению поисковой оптимизации перед техническими специалистами.

- анализировать интернет-страницы конкурентов с точки зрения их оптимизации под поисковые запросы.

**Владеть:**

- базовыми навыками работы с инструментами (сервисами), применяемыми в сфере поисковой оптимизации для подготовки семантического ядра и контента.
- базовыми навыками работы с инструментами (сервисами), применяемыми в сфере поисковой оптимизации для оценки основных параметров интернет-страниц и интернет-сайтов в целом.

**4. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Форма обучения	Курс	Семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./ зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
очная	2	3	72/2			18		54		зачет
заочная	3	6	18/0,5	2	2			16		зачет
заочная	4	7	54/1,5	12	4	8		38	4	зачет
<b>Итого заочная:</b>			<b>72/2</b>	<b>14</b>	<b>6</b>	<b>8</b>		<b>54</b>	<b>4</b>	



## Аннотация рабочей программы дисциплины «Контекстная реклама»

### 1. Цели и задачи изучения дисциплины

Основной **целью** изучения дисциплины «**Контекстная реклама**» является формирование у обучающихся базовых навыков подготовки, создания и ведения контекстных рекламных кампаний.

К числу основных **задач** изучения дисциплины относятся:

- знакомство с терминами, применяемыми при работе с контекстной рекламой;
- знакомство с основными целями контекстных рекламных кампаний;
- освоение функционала наиболее популярных платформ контекстной рекламы;
- исследование способов подбора ключевых слов и прогнозирования бюджета для контекстных рекламных кампаний;
- знакомство с принципами подготовки объявлений для контекстных рекламных кампаний;
- формирование базовых навыков пользования инструментами (сервисами), применяемыми в сфере подготовки и ведения контекстной рекламной кампании.

### 2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Контекстная реклама» относится к дисциплинам по выбору вариативной части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик:

- Основы рекламы», «Основы связей с общественностью»;
- Информационные технологии в медиаиндустрии;
- Основы кодирования и программирования в интернет-маркетинге.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих за ней дисциплин:

- Массовые коммуникации и медиапланирование.

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины (модуля) у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

#### **Знать:**

- требования к объявлениям контекстной рекламы;
- терминологию в области контекстной рекламы;
- навыками пользования инструментами (сервисами), применяемыми в сфере подготовки контекстных рекламных кампаний.

#### **Уметь:**

- подбирать и группировать ключевые слова для контекстных рекламных кампаний;
- прогнозировать бюджет для контекстных рекламных кампаний;
- создавать рекламные кампании на популярных платформах контекстной рекламы;
- вносить изменения в запущенные контекстные рекламные кампании;

#### **Владеть:**

- навыками пользования инструментами (сервисами), применяемыми для подбора ключевых слов и подготовки объявлений контекстной рекламы;

- принципами подготовки объявлений для контекстных рекламных кампаний.

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Форма обучения	Курс	Семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
очная	2	3	72/2			18		54		зачет
заочная	3	6	18/0,5	2	2			16		зачет
заочная	4	7	54/1,5	12	4	8		38	4	зачет
<b>Итого заочная:</b>			<b>72/2</b>	<b>14</b>	<b>6</b>	<b>8</b>		<b>54</b>	<b>4</b>	

## **Аннотация рабочей программы дисциплины «Технология обработки деловой информации в табличных процессорах»**

### **1. Цель и задачи изучения дисциплины**

**Целью** освоения дисциплины «Технология обработки деловой информации в табличных процессорах» является ознакомление обучающихся с основными видами табличных средств обработки информации, а также подготовка обучающихся к практической работе в области анализа данных.

**Задачами** освоения дисциплины «Технология обработки деловой информации в табличных процессорах» являются овладение обучающимися:

- методами представления и обработки информации в табличных процессорах;
- способами построения диаграмм и гистограмм;
- техникой применения табличных процессоров при анализе данных.

### **2. Место дисциплины в структуре ОП**

Дисциплина «Технология обработки деловой информации в табличных процессорах» относится к дисциплинам по выбору вариативной части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Освоение дисциплины является основой для последующего изучения дисциплин, содержание которых связано с углублением профессиональных знаний в области рекламы и связей с общественностью.

Дисциплина «Технология обработки деловой информации в табличных процессорах» взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП:

- Разработка приложений для корпоративной базы данных;
- Разработка сайта компании.

### **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

***Знать:***

- технологии обработки деловой информации с помощью табличных процессоров;
- основные требования информационной безопасности, возможности табличных процессоров для создания аналитических справок, обзоров;

***Уметь:***

- готовить научно-технические отчеты, презентации, научные публикации по результатам выполненных исследований.
- оформлять аналитические справки, обзоры и прогнозы;

***Владеть:***

- навыками применения специализированных компьютерных средств, предназначенных для обработки деловой информации.
- навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов с помощью табличных процессоров.

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Форма обучения	Курс	Семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
очная	2	3	72/2	27	9	18		45		зачет
заочная	2	4	72/2	10	4	6		58	4	зачет

## **Аннотация рабочей программы дисциплины «Интерактивные средства обработки деловой информации»**

### **1. Цель и задачи изучения дисциплины**

**Целью** освоения дисциплины «Интерактивные средства обработки деловой информации» является ознакомление обучающегося с основными видами интерактивных средств, а также подготовка обучающихся к практической работе в области мультимедиа и создания новых интерактивных систем.

**Задачами** освоения дисциплины «Интерактивные средства обработки деловой информации» являются овладение обучающимися:

- методами представления и обработки звуковой информации в интерактивных системах;
- видами отображения и считывания графической информации;
- видами используемых в настоящее время интерактивных средств и перспективами их развития.

### **2. Место дисциплины в структуре ОП**

Дисциплина «Интерактивные средства обработки деловой информации» относится к дисциплинам по выбору вариативной части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Освоение дисциплины является основой для последующего изучения дисциплин, содержание которых связано с углублением профессиональных знаний в области рекламы и связей с общественностью.

Дисциплина «Интерактивные средства обработки деловой информации» взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП:

- Разработка приложений для корпоративной базы данных;
- Разработка сайта компании.

### **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

#### ***Знать:***

- технологии обработки деловой информации с помощью интерактивных средств;
- основные требования информационной безопасности.

#### ***Уметь:***

- решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.
- готовить научно-технические отчеты, презентации, научные публикации по результатам выполненных исследований

#### ***Владеть:***

- навыками применения интерактивных средств, предназначенных для обработки деловой информации.
- навыками применения интерактивных средств для подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Форма обучения	Курс	Семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
очная	2	3	72/2	27	9	18		45		зачет
заочная	2	4	72/2	10	4	6		58	4	зачет

## **Аннотация рабочей программы дисциплины «Технология обработки деловой информации с помощью текстовых процессоров»**

### **1. Цель и задачи изучения дисциплины**

**Целью** освоения дисциплины «Технология обработки деловой информации с помощью текстовых процессоров» является изучение систем обработки текстовой информации, способов компьютерной обработки деловой информации, основ делопроизводства, методов организации делопроизводства, стандартов деловых документов.

**Задачами** освоения дисциплины «Технология обработки деловой информации с помощью текстовых процессоров» являются овладение обучающимися:

- методами представления и обработки информации в текстовых процессорах;
- овладение навыками компьютерной обработки деловой информации с помощью текстовых процессоров;
- дать представление о современных подходах к организации делопроизводства;
- научить оформлять документы в соответствии с существующими правилами.

### **2. Место дисциплины в структуре ОП**

Дисциплина «Технология обработки деловой информации с помощью текстовых процессоров» относится к дисциплинам по выбору вариативной части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Освоение дисциплины является основой для последующего изучения дисциплин, содержание которых связано с углублением профессиональных знаний в области рекламы и связей с общественностью.

Дисциплина «Технология обработки деловой информации с помощью текстовых процессоров» взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП:

- Разработка приложений для корпоративной базы данных;
- Разработка сайта компании.

### **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

#### ***Знать:***

- технологии обработки деловой информации с помощью текстовых процессоров;
- основные требования информационной безопасности.
- возможности текстовых процессоров для создания аналитических справок, обзоров;

#### ***Уметь:***

- готовить научно-технические отчеты, презентации, научные публикации по результатам выполненных исследований.
- оформлять аналитические справки, обзоры и прогнозы;

#### ***Владеть:***

- навыками применения специализированных компьютерных средств, предназначенных для обработки деловой информации.- навыками применения интерактивных средств для подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов
- навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов с помощью текстовых процессоров.

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Форма обучения	Курс	Семестр	Трудоемкость дисциплины в часах						Форма итогового контроля	
			Всего час./зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа		Контроль (промежуточная аттестация)
очная	2	3	72/2	18	18			54		зачет
заочная	4	7	72/2	8		8		60	4	зачет



## **Аннотация рабочей программы дисциплины «Программные средства обработки деловой информации»**

### **1. Цель и задачи изучения дисциплины**

**Целью** освоения дисциплины «Программные средства обработки деловой информации» является изучение программных средств обработки деловой информации, формирование у обучающихся общих знаний о перспективах использования информационных технологий.

**Задачами** освоения дисциплины «Программные средства обработки деловой информации» являются овладение обучающимися:

- приобретение знаний об актуальных технологиях и средствах обработки текстовой информации;
- обучение обучающихся навыкам работы на персональных компьютерах в программах обработки текстовой информации и написания макросов с использованием языка VBA.

### **2. Место дисциплины в структуре ОП**

Дисциплина «Программные средства обработки деловой информации» относится к дисциплинам по выбору вариативной части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Освоение дисциплины является основой для последующего изучения дисциплин, содержание которых связано с углублением профессиональных знаний в области рекламы и связей с общественностью.

Дисциплина «Программные средства обработки деловой информации» взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП:

- Разработка приложений для корпоративной базы данных;
- Разработка сайта компании.

### **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения дисциплины (модуля) у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

**Знать:**

- общие понятия об информации и текстовой информации, аппаратном и программном обеспечении, периферии, программных средств обработки текстовой информации, макросах.
- технологии обработки деловой информации с помощью программных средств;

**Уметь:**

- работать с текстом, используя различные средства обработки текстовой информации, писать макросы.
- готовить аналитические справки, обзоры и прогнозы;

**Владеть:**

- навыками использования программных средств для обработки деловой информации.
- навыками применения программных средств для подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов.

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Форма обучения	Курс	Семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
очная	2	3	72/2	18	18			54		зачет
заочная	4	7	72/2	8		8		60	4	зачет

## Аннотация рабочей программы дисциплины «Разработка приложений для корпоративной базы данных»

### 1. Цель и задачи изучения дисциплины

К основным **целям** освоения дисциплины «Разработка приложений для корпоративной базы данных» следует отнести:

– формирование у обучающихся совокупности общенаучных и профессиональных компетенций, обеспечивающих решение проблем, связанных с разработкой приложений для корпоративной базы данных.

К основным **задачам** освоения дисциплины «Разработка приложений для корпоративной базы данных» следует отнести:

– изучение основ языка программирования PHP;  
– приобретение навыков создания веб-приложений для работы с СУБД MySQL с использованием языка программирования PHP.

### 2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Разработка приложений для корпоративной базы данных» относится к дисциплинам по выбору вариативной части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины (модуля) у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

**Знать:**

- основы языка программирования PHP;
- возможности баз данных и языка PHP для проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;

**Уметь:**

- создавать веб-приложения с использованием языка программирования PHP для работы с БД;
- разработать БД и веб-приложения для проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в Интернет;

**Владеть:**

- средствами создания пользовательского интерфейса приложений БД.
- навыками создания веб-приложений для работы с СУБД MySQL.

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единицы (252 академических часа).

Форма обучения	Курс	Семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./ зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
очная	4	7	252/7	36		36		180	36	экзамен
заочная	4	8	9/0,25	2	2			7		
заочная	5	A	243/6,75	20	8	12		214	9	экзамен
<b>Итого заочная</b>			<b>252/7</b>	<b>22</b>	<b>10</b>	<b>12</b>		<b>221</b>	<b>9</b>	

## Аннотация рабочей программы дисциплины «Разработка сайта компании»

### 1. Цель и задачи изучения дисциплины

К основным **целям** освоения дисциплины «Разработка сайта компании» следует отнести:

- формирование современного маркетингового мышления;
- приобретение компетенций, позволяющих активно и творчески участвовать в разработке и практическом применении информационных технологий в Интернет – маркетинге.

К основным **задачам** освоения дисциплины «Разработка сайта компании» следует отнести:

- изучении основных технологий создания веб-сайтов;
- изучение языка разметки веб-страниц;
- приобретение навыков разработки веб-сайтов.

### 2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Разработка сайта компании» относится к дисциплинам по выбору вариативной части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

**Знать:**

- основы языка разметки веб-страниц HTML;
- возможности современных веб-технологий для проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в Интернет;
- принципы публикации аналитических справок, обзоров и прогнозов веб-сайте.

**Уметь:**

- разрабатывать структуру веб-сайта;
- создавать страницы на языке гипертекстовой разметки HTML;
- оформлять аналитические справки, обзоры и прогнозы для размещения на веб-сайте.

**Владеть:**

- навыками применения веб-технологий для решения следующих задач:
  - разработка веб-страниц и структуры веб-сайта;
  - разработка системы навигации веб-сайта;
  - подготовка иллюстраций для веб-сайта;
  - публикации веб-сайта в Интернет.
- навыками написания и размещения на веб-сайте аналитических справок, обзоров и прогнозов.

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7зачетных единицы (252 академических часа).

Форма обучения	Курс	Семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./ зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
очная	4	7	252/7	36		36		180	36	экзамен
заочная	4	8	9/0,25	2	2			7		
заочная	5	A	243/6,75	20	8	12		214	9	экзамен
<b>Итого заочная</b>			<b>252/7</b>	<b>22</b>	<b>10</b>	<b>12</b>		<b>221</b>	<b>9</b>	

## Аннотация рабочей программы дисциплины «Проектирование электронного бизнеса»

### 1. Цель и задачи изучения дисциплины

К основным **целям** освоения дисциплины «Проектирование электронного бизнеса» следует отнести: - формирование информационных, аналитических и практических компетенций в области технологий электронного бизнеса и методике их применения в профессиональной деятельности, которые дают возможность существенно повысить эффективность бизнеса и создать принципиально новые направления его развития.

К основным **задачам** освоения дисциплины «Проектирование электронного бизнеса» следует отнести:

- выявление генезиса, проблем и тенденций в развитии электронного бизнеса;
- получение новых и углубление уже имеющихся теоретических знаний о телекоммуникационных и Интернет-технологиях, как основах для создания электронного бизнеса;
- изучение видов и моделей электронного бизнеса;
- изучение основ Интернет-трейдинга, Интернет-маркетинга, Интернет-банкинга;
- изучение применения платежных систем при переходе к электронному бизнесу;
- формирование навыков создания сайта;
- формирование навыков работы на электронной торговой площадке;
- формирование навыков проектирования и продвижения электронного магазина.

### 2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Проектирование электронного бизнеса» относится к дисциплинам по выбору вариативной части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Дисциплина «Проектирование электронного бизнеса» взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами:

- Основы брендинга;
- Бренд-менеджмент;
- Управление репутацией бренда;
- Экономическая оценка эффективности бренда.

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины (модуля) у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

#### **Знать:**

- основные термины и определения электронного бизнеса и электронной коммерции;
- этапы развития электронного бизнеса;
- инструментарий и классификацию электронного бизнеса;
- основные понятия эффективности электронного бизнеса;
- принципы построения систем электронного бизнеса;
- основные понятия безопасности электронного бизнеса

#### **Уметь:**

- уметь работать с информацией из различных источников;
- создавать базы данных;
- использовать ресурсы Интернета.

- использовать поисковые системы, службы и сервисы сети Интернет;
- уметь проектировать свой электронный бизнес;
- уметь продвигать интернет-бизнес в поисковых системах

**Владеть:**

- технологией поиска информации в глобальной сети;
- навыками самостоятельного овладения новыми знаниями в области электронного бизнеса;

**4. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./зач. ед	Аудиторных часов	Лекции	Практические (семинарские) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
очная	4	7	72/2	36	18	18	-	36	-	зачет
Заочная	4	8	27/0,75	2	2	-	-	25	-	
Заочная	5	A	45/1,25	20	8	12	-	21	4	зачет
<b>Итого заочная</b>			<b>72/2</b>	<b>22</b>	<b>10</b>	<b>12</b>	<b>-</b>	<b>46</b>	<b>4</b>	



## **Аннотация рабочей программы дисциплины «Управление стартапом»**

### **1. Цель и задачи изучения дисциплины**

**Основной целью** изучения дисциплины «Управление стартапом» является формирование у обучающихся представления о способах планирования и организации стартапа в медиаиндустрии.

К числу основных **задач** изучения дисциплины относятся:

- формирование знаний об основных способах генерации идеи стартапа;
- знакомство с опытом разработки стартапов;
- приобретение навыков оценки жизнеспособности стартапов;
- исследование способов оформления бизнес-идей;
- знакомство с основами планирования нового бизнеса и поиска инвесторов;
- формирование навыков создания команды стартапа и оценки знаний и способностей ее членов;
- развитие навыков стратегического планирования новой компании в медиаиндустрии и прогнозирования ее развития.

### **2. Место дисциплины в структуре ОП**

Дисциплина «Управление стартапом в медиаиндустрии» относится к дисциплинам по выбору вариативной части блока Б1 дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик: Менеджмент; Деловое общение и деловые переговоры; Искусство презентации; Основы коммерческой деятельности;

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих за ней дисциплин: Управление проектами.

### **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

#### ***Знать:***

- историю успешных проектов организации стартапов в медиаиндустрии;
- основы планирования нового бизнеса и поиска инвесторов

#### ***Уметь:***

- генерировать идеи стартапов и оценивать их;
- планировать деятельность собственного стартапа.

#### ***Владеть:***

- навыками оформления бизнес-идей и продвижения их инвесторам;
- навыками формирования собственной команды стартапа.

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./зач. ед	Аудиторных часов	Лекции	Практические (семинарские) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
очная	4	7	72/2	36	18	18		36		зачет
Заочная	4	8	27/0,75	2	2	-	-	25	-	
Заочная	5	A	45/1,25	20	8	12	-	21	4	зачет
<b>Итого заочная</b>			<b>72/2</b>	<b>22</b>	<b>10</b>	<b>12</b>	<b>-</b>	<b>46</b>	<b>4</b>	

**Аннотация рабочей программы дисциплины  
«Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности»**

### **1. Цели практики**

Целями учебной практики по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью являются развитие профессиональных компетенций, которые направлены на закрепление и углубление теоретических знаний, полученных в процессе обучения, приобретение необходимых практических умений и навыков самостоятельной работы в соответствии с направлениями и профилями профессиональной подготовки.

Задачи практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности:

- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
- владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;
- обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга;
- умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

### **2. Место практики в структуре ОП**

«Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности» является учебной практикой и входит в Блок 2 «Практики» учебного плана образовательной программы бакалавриата.

### **3. Требования к результатам прохождения практики**

В результате прохождения практики обучающиеся должны:

***Знать:***

- особенности профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью;
- алгоритм решения стандартных задач профессиональной деятельности;
- принципы организации и управления работой рекламных служб и служб по связям с общественностью.

***Уметь:***

- применять профессиональные знания в области рекламы и PR;
- применять свои знания на основе информационной и библиографической культуры ;
- осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью

**Владеть:**

- навыками профессиональной работы в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
- навыками информационно- коммуникативных технологий с учетом основных требований информационной безопасности;
- навыками проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок и навыками оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью.

**4. Объем практики и виды учебной работы**

Общая трудоемкость практики составляет 16 зачетных единиц (576 академических часов).

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость практики			Форма итогового контроля
			Всего час./зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Самостоятельная работа	
Очная	1	1	108/3		108/3	зачет с оценкой
	1	2	72/2		72/2	зачет с оценкой
	2	3	108/3		108/3	зачет с оценкой
	2	4	72/2		72/2	зачет с оценкой
	3	5	72/2		72/2	зачет с оценкой
	4	7	144/4		144/4	зачет с оценкой
<b>Итого очная</b>			<b>576/16</b>		<b>576/16</b>	
заочная	1	1	126/3,5		126/3,5	зачет с оценкой
заочная	1	2	162/4,5		162/4,5	зачет с оценкой
заочная	2	4	288/8		288/8	зачет с оценкой
<b>Итого заочная:</b>			<b>576/16</b>		<b>576/16</b>	

**Аннотация рабочей программы дисциплины  
«Практика по получению профессиональных умений и опыта  
профессиональной деятельности»**

### **1. Цели и задачи практики**

**Целями** практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» является:

- закрепление и расширение знаний, полученных обучающимися за время теоретического обучения на основе практического участия в деятельности предприятий, организаций, учреждений;
- формирование умения применять их в профессиональной деятельности;
- расширение практических навыков научно-исследовательской работы, а также получение необходимых общекультурных и профессиональных компетенций.

В перечень **общих задач** практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности входит:

- подготовка обучающихся к осознанному и углубленному изучению общепрофессиональных и специальных дисциплин;
- освоение обучающимися профессиональных компетенций по избранной специальности;
- освоение практических должностных обязанностей, предусмотренных направлением подготовки «Реклама и связи с общественностью» для различных государственных, политических, общественных, коммерческих структур.

К **специфическим задачам** практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности относится:

- ознакомление с общими принципами деятельности специалиста по связям с общественностью и рекламе в организации (учреждении);
- ознакомление с законодательной и нормативной базой деятельности служб (организаций, специалистов) по связям с общественностью и рекламе;
- самостоятельное выполнение некоторых видов PR-работ и рекламных работ.

### **2. Место практики в структуре ОП**

«Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности» является производственной практикой и входит в Блок 2 «Практики» учебного плана образовательной программы бакалавриата.

### **3. Требования к результатам прохождения практики**

***Знать:***

- принципы и методы управления и организации работы рекламных и PR – служб;
- основные понятия, категории и инструменты создания информационной инфраструктуры организации, механизмы обеспечения внутренней и внешней коммуникации;
- этапы и методы проведения маркетинговых исследований

***Уметь:***

- планировать, организовывать и осуществлять рекламную и PR –деятельность;
- структурировать информационное пространство и создавать эффективную информационную инфраструктуру организации;
- организовать и проводить маркетинговые исследования с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей.

**Владеть:**

- методами оценки эффективности рекламной и PR –деятельности;
- готовностью проводить маркетинговые исследования в профессиональной сфере
- технологиями планирования и осуществления внешней и внутренней коммуникационной политики.

**4. Объём практики и виды учебной работы**

Общая трудоемкость практики составляет 12 зачетных единицы (432 академических часа).

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость практики			Форма итогового контроля
			Всего час./ зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Самостоятельная работа	
очная	2	4	72/2		72/2	зачет с оценкой
очная	3	5	252/7		252/7	зачет с оценкой
очная	3	6	108/3		108/3	зачет с оценкой
<b>Итого очная:</b>			<b>432/12</b>		<b>432/12</b>	
заочная	2	4	144/4		144/4	зачет с оценкой
	3	6	216/6		216/6	зачет с оценкой
	4	8	72/2		72/2	зачет с оценкой
<b>Итого заочная</b>			<b>432/12</b>		<b>432/12</b>	

## **Аннотация рабочей программы дисциплины «Научно-исследовательская работа»**

### **1. Цели и задачи научно-исследовательской работы**

**Цель НИР** – расширение профессиональных знаний, полученных бакалаврами в процессе обучения, и формирование практических умений и навыков ведения самостоятельной научно-исследовательской работы.

#### **Задачи НИР:**

- Изучение литературных источников по разрабатываемой теме с целью их использования при выполнении выпускной квалификационной работы;
- Изучение методов исследования и проведения экспериментальных работ; методов анализа и обработки экспериментальных данных;
- Освоение информационных технологий в научных исследованиях, программных продуктов, относящиеся к профессиональной сфере;
- Ознакомление с требованиями к оформлению научно-технической документации и порядком внедрения результатов научных исследований и разработок;
- Выполнение анализа, систематизации и обобщения научной информации по теме исследований;
- Проведение теоретического или экспериментального исследования в рамках поставленных задач;
- Анализ достоверности полученных результатов; сравнение результатов исследования объекта разработки с отечественными и зарубежными аналогами;
- Анализ научной и практической значимости проводимых исследований, а также технико-экономической эффективности разработки;
- Приобретение навыков формулирования целей и задач научного исследования; выбора и обоснования методики исследования;
- Приобретение навыков работы с прикладными научными пакетами и редакторскими программами, используемыми при проведении научных исследований и разработок;
- Приобретение навыков оформления результатов научных исследований (оформление отчёта, написание научных статей, тезисов докладов).

### **2. Место научно-исследовательской работы в структуре ОП**

Научно-исследовательская работа является производственной практикой и входит в Блок 2 «Практики» учебного плана образовательной программы бакалавриата.

### **3. Требования к результатам прохождения практики**

В результате выполнения научно-исследовательской работы обучающиеся должны:

#### ***Знать:***

- этапы и методы проведения маркетинговых исследований;
- основные понятия, теоретические концепции рекламного написания аналитических справок, обзоров и прогнозов

#### ***Уметь:***

- организовать и проводить маркетинговые исследования с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей;

- создавать аналитические справки, обзоры и прогнозы в сфере связей с общественностью и рекламы;

**Владеть:**

- готовностью проводить маркетинговые исследования в профессиональной сфере;
- навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.

#### 4. Объем практики и виды учебной работы

Общая трудоемкость практикисоставляет 3 зачетные единицы (108 академических часов).

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость практики			Форма итогового контроля
			Всего час./ зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Самостоятельная работа	
Очная	4	7	108/3		108/3	Зачет с оценкой
Заочная	4	8	108/3		108/3	Зачет с оценкой



## **Аннотация рабочей программы дисциплины «Преддипломная практика»**

### **1. Цели и задачи практики**

Основными **целями** практики являются:

- обобщение и систематизация знаний и навыков, полученных в ходе изучения дисциплин направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»;
- проверка готовности выпускника к самостоятельной трудовой деятельности;
- сбор материала, необходимого для написания выпускной квалификационной работы по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

**Задачи практики:**

- закрепление общих представлений обучающихся о принципах и законах функционирования рыночной экономики и места рекламной практики в медиаиндустрии; показать будущим специалистам один из аспектов реальных условий работы в рекламной среде;
- ознакомление с особенностями использования различных инструментов продвижения рекламы и рекламных средств;
- раскрытие прикладного характера рассматриваемых в учебных дисциплинах базовых категорий рекламы;
- закрепление навыков расчета основных показателей рекламного планирования, определение рекламного бюджета, медиапланирования и анализа эффективности рекламных мероприятий;
- выработать у обучающихся умение анализировать и систематизировать факты рекламного дела и маркетинга в соответствии с конкретно поставленной задачей;
- выработать филологические навыки написания рекламных текстов различного характера;
- развитие навыков презентации и защиты результатов выполняемой рекламной деятельности.

### **2. Место практики в структуре ОП**

Преддипломная практика является производственной практикой и входит в Блок 2 «Практики» учебного плана образовательной программы бакалавриата.

### **3. Требования к результатам прохождения практики**

**Знать:**

- принципы, методы и технологии осуществления профессиональных функций в рекламе и связях с общественностью в различных структурах;
- содержание и взаимосвязь основных элементов процесса оперативного планирования;
- принципы и методы управления и организации работы в малых коллективах;
- основные понятия, категории и инструменты создания информационной основы репутации организации;
- основные виды, технологические этапы, закономерности осуществления, требования к проведению коммуникационных кампаний и мероприятий;
- этапы и методы проведения маркетинговых исследований;
- основные принципы, этапы и методы организации и проведения социологических исследований;
- основные понятия, теоретические концепции рекламного написания аналитических справок, обзоров и прогнозов

**Уметь:**

- планировать, организовывать и осуществлять рекламную и PR – деятельность в различных структурах в соответствии с принципами, методами, средствами и технологиями осуществления профессиональных функций;
- организовать и спланировать свою деятельность и деятельность фирмы;
- планировать, организовывать и осуществлять организационно-управленческую деятельность в малых коллективах;
- структурировать информационное пространство и создавать информационную основу репутации;
- планировать и организовывать кампании различных видов в сфере связей с общественностью, анализировать результаты и давать оценку эффективности кампаний и мероприятий
- организовать и проводить маркетинговые исследования с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей;
- грамотно выбирать и применять методы социологических исследований с целью дальнейшего моделирования потребительского поведения;
- создавать аналитические справки, обзоры и прогнозы в сфере связей с общественностью и рекламы.

**Владеть:**

- методами оценки эффективности осуществляемых профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
- навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;
- методами оценки эффективности организационно-управленческой деятельности в малых коллективах;
- технологиями планирования и осуществления внешней и внутренней коммуникационной политики;
- навыком самостоятельной работы с первоисточниками по связям с общественностью; навыками медиапланирования и управления отношениями со СМИ;
- навыками проведения маркетинговых исследований в профессиональной сфере;
- методами социологических исследований, применяемых в изучении поведения потребителя;
- навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.

**4. Объём практики и виды учебной работы**

Общая трудоемкость практики составляет 8 зачетных единиц (288 академических часов).

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость практики			Форма итогового контроля
			Всего час./зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Самостоятельная работа	
очная	4	8	288/8		288/8	Зачет с оценкой
заочная	5	А	288/8		288/8	Зачет с оценкой

## **Аннотация рабочей программы «Государственная итоговая аттестация»**

В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (далее – ФГОС ВО) обучение по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» в ФГБОУ ВО «Московский политехнический университет» завершается итоговой государственной аттестацией в форме выпускной квалификационной работы.

Требования к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы, предъявляемые в ФГБОУ ВО «Московский политехнический университет», определены следующими документами:

- Порядком проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 июня 2015 г. №636;

- Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата)», утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2016 г. №997.

Выпускная квалификационная работа бакалавра представляет собой теоретико-прикладное исследование одной из актуальных тем, связанных с рекламой и связями с общественностью, в которой выпускник демонстрирует теоретические знания, практические навыки и освоенные в процессе обучения компетенции, предусмотренные ФГОС ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Выпускная квалификационная работа представляет собой законченную разработку, в которой решаются актуальные для организаций экономические проблемы и задачи, и демонстрирует степень подготовленности бакалавра к работе в рамках выбранного вида деятельности (организационно – управленческая, коммуникационная и рыночно - исследовательская).

В ходе государственной итоговой аттестации (выполнения и защиты выпускной квалификационной работы) оценивается сформированность у обучающихся следующих результатов освоения ОП ВО:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК – 1);

- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК – 2);

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК – 3);

- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК – 5);

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК – 6);

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК – 7);

- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК – 8);

- готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от всевозможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК – 9);

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК – 1);
- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК – 2);
- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК – 3);
- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК - 4);
- умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК – 5);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно – коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК – 6);
- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК – 1);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК – 2);
- владением навыками организационно – управленческой работы с малыми коллективами (ПК – 3);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК - 6);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК – 7);
- способностью проводить маркетинговые исследования (ПК – 9);
- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК - 10);
- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК – 11).

Оценка сформированности компетенций происходит в разрезе следующих этапов:

**Перечень компетенций с указанием этапов их оценивания в процессе государственной итоговой аттестации**

Демонстрируемые компетенции		Этапы выполнения и защиты ВКР						
		Выбор темы ВКР	Подбор литературы, нормативной и первичной документации по теме ВКР	Написание теоретико-методологической части ВКР (главы 1 и 2)	Написание практико-ориентированной части ВКР (глава 3)	Написание аннотации и реферата к ВКР	Подготовка доклада и презентации для защиты ВКР	Защита ВКР
Общекультурные (ОК)	ОК - 1	+	+	+	+	+	+	+
	ОК - 2		+	+				+
	ОК - 3			+	+			
	ОК - 4		+	+	+			
	ОК - 5		+			+		
	ОК - 6		+					+
	ОК - 7	+	+	+	+	+	+	+
	ОК - 8		+	+	+	+	+	+
	ОК - 9		+	+	+	+	+	+
Общепрофессиональные (ОПК)	ОПК - 1		+	+	+	+	+	+
	ОПК - 2		+	+	+			
	ОПК - 3		+	+	+	+	+	
	ОПК - 4		+	+	+	+	+	+
	ОПК - 5							+
	ОПК - 6		+	+	+			

Демонстрируемые компетенции		Этапы выполнения и защиты ВКР						
		Выбор темы ВКР	Подбор литературы, нормативной и первичной документации по теме ВКР	Написание теоретико-методологической части ВКР (главы 1 и 2)	Написание практико-ориентированной части ВКР (глава 3)	Написание аннотации и реферата к ВКР	Подготовка доклада и презентации для защиты ВКР	Защита ВКР
Профессиональные (ПК)	ПК – 1			+	+			+
	ПК - 2	+	+	+	+	+	+	+
	ПК - 3		+		+			+
	ПК - 6			+	+	+	+	+
	ПК - 7		+					+
	ПК - 9			+	+			
	ПК - 10			+	+			
	ПК - 11			+	+			

Самостоятельно выполненная выпускная квалификационная работа показывает уровень освоения выпускником методов научного анализа социально-экономических процессов и явлений, умение делать теоретические обобщения и адекватные сложившейся экономической ситуации выводы на основе проведенного анализа числовой информации, обоснованные предложения и рекомендации по совершенствованию рекламной и PR - деятельности исследуемой организации. При написании выпускной квалификационной работы по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» выпускники обязаны использовать справочно-правовые системы для обеспечения актуальности нормативной базы проведенного исследования.

Выпускная квалификационная работа по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» выявляет не только уровень теоретической подготовленности выпускника, но и проверяет навыки грамотного оформления полученных в ходе работы результатов и умения представить их в виде доклада.

Таким образом, выпускная квалификационная работа по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» имеет целью:

- систематизацию, закрепление и расширение теоретических знаний и практических навыков по выбранному профилю подготовки и применение этих знаний при решении научных и практических задач экономического характера;
- развитие навыков самостоятельной научной работы и овладение методикой проведения исследований при решении экономических проблем организаций различных организационно-правовых форм и форм собственности;
- выяснение подготовленности выпускников к работе в рамках выбранного вида деятельности .

Выпускная квалификационная работа по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» должна:

- выполняться на актуальную тему;
- отвечать требованиям логики при изложении теоретических и эмпирических данных;
- отражать умение выпускника пользоваться рациональными приемами отбора и обработки информации;
- опираться на актуальную научную и практическую литературу по исследуемой проблеме и действующие редакции нормативно-правовых актов в области рекламы и связей с общественностью;
- завершаться экономически обоснованными рекомендациями и доказательными выводами, сделанными на основе анализа данных конкретной российской организации, являющейся базой проведенного исследования;
- соответствовать определенным правилам оформления.

## Аннотация рабочей программы дисциплины «Разработка рекламного и PR –продукта»

### 1. Цели и задачи изучения дисциплины

**Целью** освоения дисциплины «Разработка рекламного и PR-продукта» является формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков разработки рекламных и PR-продуктов.

К числу основных **задач** изучения дисциплины относятся:

- формирование у обучающихся представления об основных направлениях и технологических процессах подготовки материалов рекламных и PR-продуктов;
- развить и закрепить основные навыки разработки макетов, подготовки и принятия решений в области создания и управления рекламных и PR-продуктов с использованием современных технологий;
- ознакомление с комплексом визуальных средств воздействия, используемых в разработке рекламных и PR-продуктов.

### 2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Разработка рекламного и PR-продукта» факультативной дисциплиной учебного плана образовательной программы бакалавриата.

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате изучения дисциплины «Разработка рекламного и PR-продукта» обучающиеся должны:

**Знать:**

- основы и особенности социологических исследований

**Уметь:**

- формулировать цели исследования, определять его этапы и содержание каждого из них, использовать полученные результаты для корректировки профессиональной деятельности

**Владеть:**

- навыками самостоятельной исследовательской работы, подготовки документации для фиксирования хода исследований, интерпретации результатов собственных и сторонних исследований.

### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Форма обучения	Курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего Час./ зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
очная	4	8	72/2	36	18	18		36		зачет
заочная	5	9	18/0,5	2	2			16		
заочная	5	9	54/1,5	10	4	6	-	40	4	зачет
<b>Итого заочная</b>			<b>72/2</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>6</b>		<b>56</b>	<b>4</b>	