

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Максимов Алексей Борисович

Должность: директор департамента по образовательной политике

Дата подписания: 14.11.2023 11:25:05

Уникальный программный ключ:

8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b108

Аннотации рабочих программ дисциплин

ОП направления подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»,
магистерской программы «Технологии анализа медиасферы», год набора 2023,
форма обучения очная, очно-заочная, заочная

Аннотация рабочей программы дисциплины «Иностранный язык в рекламе и связях с общественностью»

1. Цели и задачи дисциплины

1. Цели и задачи дисциплины

К **основным целям** освоения дисциплины «Иностранный язык в рекламе и связях с общественностью» следует отнести:

комплексное развитие сформированных на предыдущих ступенях образования коммуникативных навыков студентов, необходимых для эффективного повседневного и профессионального общения, а также знакомство студентов с цифровыми инструментами, которые как способствуют формированию необходимых иноязычных коммуникативных компетенций, так и облегчают устное и письменное взаимодействие с зарубежными коллегами.

К **основным задачам** освоения дисциплины «Иностранный язык в рекламе и связях с общественностью» следует отнести:

- освоение необходимого лексического минимума для общения в повседневных и профессиональных целях;
- развитие навыков правильного использования грамматических конструкций, обеспечивающих коммуникацию без искажения смысла;
- развитие умения воспринимать иностранную речь на слух как в реальной жизни, так и в форме видеолекций и видеороликов в Интернете;
- развитие навыков чтения и понимания общетехнической, технической и научной литературы на иностранном языке по своему направлению подготовки;
- развитие умения грамотно выражать свои мысли в устной и письменной форме;
- развитие навыка использования цифровых инструментов для формирования необходимых иноязычных коммуникативных компетенций (онлайн толковые и двуязычные словари, инструменты для перевода текстов, исправления письменной речи, запоминания новых слов)
- формирование адекватного речевого поведения в повседневных и профессионально ориентированных ситуациях;
- формирование и развитие навыков самостоятельной работы (работы с иноязычными источниками, поиска и анализа необходимой информации, критического мышления) в том числе с привлечением цифровых инструментов (например: документы Google, сервисы для создания презентаций и т.д.).

2. Место дисциплины в структуре ООП магистратуры. Связь дисциплины с другими модулями (дисциплинами) учебного плана

Данный курс входит в перечень обязательной части блока Б1 «Дисциплины (модули)». Дисциплина «Иностранный язык в рекламе и связях с общественностью» логически, содержательно и методически связана с другими гуманитарными дисциплинами в учебном плане, направленными на расширение кругозора, формирование гуманистического мировоззрения и развитие коммуникативных навыков, а также с

информационными технологиями, которые направлены на формирования цифрового сознания студентов.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате изучения дисциплины «Иностранный язык в рекламе и связях с общественностью» студенты должны:

Компетенции	Индикаторы компетенций
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	ИУК-4.1. Устанавливает и развивает профессиональные контакты, осуществляет академическое и профессиональное взаимодействие с применением современных коммуникативных технологий, в том числе на иностранном языке
	ИУК-4.2. Составляет и редактирует документацию с целью обеспечения академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке
	ИУК-4.3. Демонстрирует коммуникативную компетентность в условиях научно-исследовательской и проектной деятельности и презентации ее результатов на различных публичных мероприятиях, включая международные, в том числе на иностранном языке
ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ИОПК-1.2. Анализирует и учитывает изменения норм русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

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

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Основы научных исследований в медийной сфере»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

Цель дисциплины «Основы научных исследований в медийной сфере» - формирование у студентов комплекса представлений, знаний и навыков по организации и проведению научных исследований в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины «Основы научных исследований в медийной сфере»:

- освоить организацию и проведение исследования в медийной сфере;
- оценить роль и значение PR в продвижении рекламных проектов: исследование рынка товаров и услуг;
- изучить возможности социально – психологического исследования целевых аудиторий;
- научиться проводить оценку деятельности сотрудников ведомственных и коммерческих информационных структур.
- освоить современные методы научного познания, понятие метода и методики исследования.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Основы научных исследований в медийной сфере» относится к обязательной части Блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик:

- Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности;
- Теории коммуникаций;
- Технологии рекламы и связей с общественностью;

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

- Управление агентством рекламы и связей с общественностью;
- Методы и техники создания медиаконтента;
- Научно-исследовательская работа.

3. В результате освоения дисциплины обучающийся магистратуры должен овладеть следующими результатами обучения:

УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИУК-1.1. Анализирует проблемную ситуацию как систему, осуществляет её декомпозицию и определяет связи между ее составляющими
	ИУК-1.2. Определяет противоречивость и пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, а также критически оценивает релевантность используемых информационных источников
	ИУК-1.3. Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов с учетом оценки существующих рисков и возможностей их

	минимизации
УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	ИУК-6.3. Выстраивает собственную профессиональную траекторию, используя инструменты непрерывного образования, с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности и динамично изменяющихся требований рынка труда
ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ИОПК-2.1. Понимает тенденции развития общественных и государственных институтов
	ИОПК-2.2. Применяет многообразие методов анализа при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ИОПК-3.1. Применяет знания достижений отечественной и мировой культуры
	ИОПК-3.2. Понимает процесс создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
	ИОПК-3.3. Анализирует многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

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

Аннотация рабочей программы дисциплины

«Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины «Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности» - формирование у студентов комплекса представлений, знаний и навыков по реализации результатов научных исследований в рекламной и PR-деятельности.

Задачи дисциплины «Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности»:

- освоить организацию и проведение исследования в рекламной и PR-деятельности;
- оценить роль и значение PR в продвижении и реализации рекламных проектов: исследование рынка товаров и услуг;
- изучить возможности реализации результатов социально – психологического исследования целевых аудиторий;
 - научиться проводить оценку деятельности сотрудников ведомственных и коммерческих информационных структур по реализации результатов научных исследований в рекламной и PR-деятельности.
- освоить современные методы научного познания, понятие метода и методики исследования и пути реализации результатов научных и проектных исследований в рекламной и PR-деятельности

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности» относится к обязательной части Блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик:

- Основы научных исследований в медийной сфере;
- Теории коммуникаций;
- Технологии рекламы и связей с общественностью;

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

- Управление агентством рекламы и связей с общественностью;
- Методы и техники создания медиаконтента;
- Научно-исследовательская работа.

3. В результате освоения дисциплины обучающийся магистратуры должен овладеть следующими результатами обучения:

УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИУК-2.1. Разрабатывает концепцию управления проектом на всех этапах его жизненного цикла в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель и пути достижения, задачи и способы их решения, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения
--	---

ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ИУК-6.3. Выстраивает собственную профессиональную траекторию, используя инструменты непрерывного образования, с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности и динамично изменяющихся требований рынка труда
ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ИОПК-5.1. Представляет политические и экономические механизмы функционирования, правовых и этических норм регулирования
	ИОПК-5.2. Умеет выявлять и учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем в масштабе региона, страны и мира
	ИОПК-5.3. Анализирует актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем с учетом различных механизмов их функционирования
ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ИОПК-7.3. Определяет причинно-следственные связи эффектов в медиасфере и принципов социальной ответственности

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

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

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Управление агентством рекламы и связей с общественностью»**

1. Цели освоения дисциплины

Целью дисциплины «Управление агентством рекламы и связей с общественностью» является освоение магистрантами принципов и методов управления рекламными и PR-агентствами и службами рекламы и PR фирмы или организации, а также получение навыков профессиональной работы в области рекламы и связей с общественностью.

Задачи дисциплины:

-изучение специфики и особенностей функционирования системы управления агентством рекламы и связей с общественностью и службы рекламы и связей с общественностью организации;

-освоение организационных форм управления в рекламе и связях с общественностью и принципов построения отделов по рекламе и связям с общественностью организации;

-формирование умений контроля и повышения эффективности результатов деятельности агентств и служб рекламы и связей с общественностью;

-формирование умения вести управленческую деятельность агентством рекламы и связей с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью организации.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Управление агентством рекламы и связей с общественностью» относится к обязательной части блока Б1 дисциплин образовательной программы магистратуры.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИУК-2.1. Разрабатывает концепцию управления проектом на всех этапах его жизненного цикла в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель и пути достижения, задачи и способы их решения, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения
	ИУК-2.2. Разрабатывает план реализации проекта в соответствии с существующими условиями, необходимыми ресурсами, возможными рисками и распределением зон ответственности участников проекта
	ИУК-2.3. Осуществляет мониторинг реализации проекта на всех этапах его жизненного цикла, вносит необходимые изменения в план реализации проекта с учетом количественных и качественных параметров достигнутых промежуточных результатов
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИУК-3.1. Демонстрирует управленческую компетентность, необходимую для формирования команды и руководства ее работой на основе разработанной стратегии сотрудничества

	ИУК-3.2. Планирует, организует, мотивирует, оценивает и корректирует совместную деятельность по достижению поставленной цели с учетом интересов, особенностей поведения и мнений ее членов
	ИУК-3.3. Применяет способы, методы и стратегии оптимизации социально-психологического климата в коллективе, предупреждения и разрешения конфликтов, технологии обучения и развития профессиональной и коммуникативной компетентности членов команды
ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ИОПК-6.1. Владеет инструментами медиапланинга и медиабаинга
	ИОПК-6.2. Применяет современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии в медиапроизводстве
ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ИОПК-7.1. Владеет инструментарием оценки и прогнозирования эффектов в медиасфере
	ИОПК-7.2. Понимает принципы социальной ответственности
	ИОПК-7.3. Определяет причинно-следственные связи эффектов в медиасфере и принципов социальной ответственности

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

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

Аннотация рабочей программы дисциплины «Психология рекламы и связей с общественностью»

1. Цели и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины является ознакомление обучающихся с закономерностями и особенностями протекания психологических процессов в рекламных и PR- коммуникациях в современных условиях.

К **основным задачам** освоения дисциплины «Психология рекламы и связей с общественностью» студентами следует отнести:

- рассмотреть закономерности протекания психических процессов маркетинговых коммуникаций;
- изучить особенности и закономерности протекания психических процессов социальных коммуникаций;
- овладеть методами изучения психологической составляющей маркетинговых и социальных коммуникаций;
- изучить основные инструменты психологического воздействия в маркетинговых и социальных коммуникациях;
- изучить методы оценки психологической эффективности маркетинговой и социальной коммуникаций.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина является «Психология рекламы и связей с общественностью» относится к обязательной части Блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	ИУК-5.1. Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития, и обосновывает актуальность их использования при социальном и профессиональном взаимодействии
	ИУК-5.2. Выстраивает социальное и профессиональное взаимодействие с учетом общих и специфических черт различных культур и религий, особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других наций и конфессий, различных социальных групп
	ИУК-5.3. Обеспечивает создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач, демонстрируя понимание особенностей различных культур и наций
ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или)	ИОПК-4.1. Применяет многообразие методов анализа потребностей общества и интересов аудитории
	ИОПК-4.2. Определяет цели прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные

коммуникационные продукты	продукты
	ИОПК-4.3. Понимает взаимосвязь целей прогнозирования спроса и потребностей общества и интересов аудитории на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты

4.Объём дисциплины и виды учебной работы

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

Аннотация рабочей программы дисциплины

«Теории коммуникации»

1. Цели и задачи дисциплины

Целями изучения дисциплины «Теории коммуникации» являются:

-приобретение обучающимися компетенций, связанных с изучением сущности и особенностей теории коммуникации, концепций и подходов к коммуникации, описываемых теорией коммуникации, моделей 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 теории коммуникации;

-приобретение практических навыков реализации теории коммуникации в организациях медиаиндустрии.

Основные задачи изучения дисциплины:

-формирование знаний в области теории коммуникации: терминологии, базовых моделей, уровней типов, видов и форм коммуникации, механизмов реализации теории коммуникации в сфере медиаиндустрии;

-ознакомление с основными специальными и специфическими областями теории коммуникации;

-развитие практических навыков в освоении и применении коммуникаций, предлагаемых теорией коммуникации; подходов в области социальной ответственности и формирование навыков составления социальной отчетности организации при использовании коммуникаций.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Теории коммуникации» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры.

Дисциплина «Теории коммуникации» взаимосвязана логически и содержательно - методически соотносится со следующими дисциплинами и практиками ОП:

-Стратегическое планирование маркетинговых коммуникаций.

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

-Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью;

-Стратегическое планирование маркетинговых коммуникаций;

-Медиастратегии и медиапланирование в маркетинговых и социальных коммуникациях;

-Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности;

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:

<p>УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p>ИУК-4.1. Устанавливает и развивает профессиональные контакты, осуществляет академическое и профессиональное взаимодействие с применением современных коммуникативных технологий, в том числе на иностранном языке ИУК-4.2. Составляет и редактирует документацию с целью обеспечения академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке ИУК-4.3. Демонстрирует коммуникативную компетентность в условиях научно-исследовательской и проектной деятельности и презентации ее результатов на различных публичных мероприятиях, включая международные, в том числе на иностранном языке</p>
<p>УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</p>	<p>ИУК-5.1. Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития, и обосновывает актуальность их использования при социальном и профессиональном взаимодействии ИУК-5.2. Выстраивает социальное и профессиональное взаимодействие с учетом общих и специфических черт различных культур и религий, особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других наций и конфессий, различных социальных групп ИУК-5.3. Обеспечивает создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач, демонстрируя понимание особенностей различных культур и наций</p>

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

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

Аннотация рабочей программы дисциплины «Технологии рекламы и связей с общественностью»

1. Цели и задачи дисциплины

К **основной цели** освоения дисциплины «Технологии рекламы и связей с общественностью» следует отнести овладение обучающимся знаниями и навыками в области технологий рекламы и связей с общественностью; организации рекламного процесса и связей с общественностью, оценки эффективности рекламных мероприятий и связей с общественностью, планирования и организации рекламных кампаний и связей с общественностью в процессе разработки рекламной продукции.

К **основным задачам** освоения дисциплины «Технологии рекламы и связей с общественностью» следует отнести:

- Изучение технологий в рекламе и связей с общественностью как научной и учебной дисциплины,
- освоение научной терминологии из области технологий рекламы и связей с общественностью;
- раскрытие художественно-эстетического своеобразия визуальных технологий в истории рекламы и связей с общественностью;
- изучение наиболее важных креативных технологий разработки рекламы и связей с общественностью,
- анализ влияния креативных технологий рекламы и связей с общественностью на коммуникативную эффективность,
- анализ эффективности креативных технологий рекламы и связей с общественностью на конкретных примерах;
- изучение методов и приемов использования визуальных технологий рекламы и связей с общественностью,
- исследование тенденций использования креативных технологий рекламы и связей с общественностью на рынке рекламы.

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Технологии рекламы и связей с общественностью» к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры.

Дисциплина «Технологии рекламы и связей с общественностью» взаимосвязана логически и содержательно-методически соотносится со следующими дисциплинами и практиками ООП:

- Теории коммуникаций
- Стратегическое планирование маркетинговых коммуникаций.

2. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины «Технологии рекламы и связей с общественностью» должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

<p>УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла</p>	<p>ИУК-2.1. Разрабатывает концепцию управления проектом на всех этапах его жизненного цикла в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель и пути достижения, задачи и способы их решения, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения ИУК-2.2. Разрабатывает план реализации проекта в соответствии с существующими условиями, необходимыми ресурсами, возможными рисками и распределением зон ответственности участников проекта ИУК-2.3. Осуществляет мониторинг реализации проекта на всех этапах его жизненного цикла, вносит необходимые изменения в план реализации проекта с учетом количественных и качественных параметров достигнутых промежуточных результатов</p>
---	--

4.Объём дисциплины и виды учебной работы

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

Аннотация рабочей программы дисциплины «Социология рекламы»

1. Цели и задачи дисциплины

Целями изучения дисциплины «Социология рекламы» являются:

-приобретение обучающимися компетенций, связанных с изучением сущности и особенностей теории коммуникации, концепций и подходов к коммуникации, описываемых теорией коммуникации, моделей 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 теории коммуникации;

-приобретение практических навыков реализации теории коммуникации в организациях медиаиндустрии.

Основные **задачи** изучения дисциплины:

-формирование знаний в области теории коммуникации: терминологии, базовых моделей, уровней типов, видов и форм коммуникации, механизмов реализации теории коммуникации в сфере медиаиндустрии;

-ознакомление с основными специальными и специфическими областями теории коммуникации;

-развитие практических навыков в освоении и применении коммуникаций, предлагаемых теорией коммуникации; подходов в области социальной ответственности и формирование навыков составления социальной отчетности организации при использовании коммуникаций.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Социология рекламы» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры.

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

-Стратегическое планирование маркетинговых коммуникаций.

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

-Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью;

-Стратегическое планирование маркетинговых коммуникаций;

-Медиастратегии и медиапланирование в маркетинговых и социальных коммуникациях;

-Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности;

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:

<p>УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий</p>	<p>ИУК-1.1. Анализирует проблемную ситуацию как систему, осуществляет её декомпозицию и определяет связи между ее составляющими ИУК-1.2. Определяет противоречивость и пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, а также критически оценивает релевантность используемых информационных источников ИУК-1.3. Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов с учетом оценки существующих рисков и возможностей их минимизации</p>
<p>УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</p>	<p>ИУК-5.1. Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития, и обосновывает актуальность их использования при социальном и профессиональном взаимодействии ИУК-5.2. Выстраивает социальное и профессиональное взаимодействие с учетом общих и специфических черт различных культур и религий, особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других наций и конфессий, различных социальных групп ИУК-5.3. Обеспечивает создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач, демонстрируя понимание особенностей различных культур и наций</p>
<p>ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы</p>	<p>ИПК-3.1. Выбирает и эффективно использует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ИПК-3.2. Формулирует требования к основным документам по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ИПК-3.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p>

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

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

Аннотация рабочей программы дисциплины «Стратегическое планирование маркетинговых коммуникаций»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины «Стратегическое планирование маркетинговых коммуникаций» - формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков в области методологии стратегического планирования на различных уровнях маркетинговых и социальных коммуникаций, получение студентами теоретических знаний и практических навыков в технике и организации деятельности по разработке стратегических программ и планов.

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

-теоретическое изучение и апробация основ стратегического планирования, принципов разработки стратегических программ и планов, методики стратегического планирования.

-изучение стратегий маркетинговых и социальных коммуникаций и опыта их реализации в различных отраслях экономики;

-знакомство со стратегиями маркетинговых и социальных коммуникаций на среднесрочную и долгосрочную перспективы;

-формирование навыков самостоятельной разработки стратегии маркетинговых и социальных коммуникаций с учетом влияния факторов макро- и микросреды.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Стратегическое планирование маркетинговых коммуникаций» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах:

- Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности
- Теории коммуникации
- Технологии рекламы и связей с общественностью

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:

УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИУК-2.1. Разрабатывает концепцию управления проектом на всех этапах его жизненного цикла в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель и пути достижения, задачи и способы их решения, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения ИУК-2.2. Разрабатывает план реализации проекта в соответствии с существующими условиями, необходимыми ресурсами, возможными рисками и распределением зон ответственности участников проекта ИУК-2.3. Осуществляет мониторинг реализации проекта на всех этапах его жизненного цикла, вносит необходимые изменения в план реализации проекта с учетом количественных и качественных параметров достигнутых промежуточных результатов
--	---

<p>УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p>ИУК-4.1. Устанавливает и развивает профессиональные контакты, осуществляет академическое и профессиональное взаимодействие с применением современных коммуникативных технологий, в том числе на иностранном языке ИУК-4.2. Составляет и редактирует документацию с целью обеспечения академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке ИУК-4.3. Демонстрирует коммуникативную компетентность в условиях научно-исследовательской и проектной деятельности и презентации ее результатов на различных публичных мероприятиях, включая международные, в том числе на иностранном языке</p>
<p>ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы</p>	<p>ИПК-3.1. Выбирает и эффективно использует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ИПК-3.2. Формулирует требования к основным документам по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ИПК-3.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p>

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

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

Аннотация рабочей программы дисциплины «Методы и техники создания медиаконтента»

Цель изучения дисциплины «Методы и техники создания медиаконтента» – освоение обучающимися магистратуры теоретических знаний, практических навыков и формирование профессиональных компетенций применительно к научно – исследовательской деятельности в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины «Методы и техники создания медиаконтента»

- изучение развития медиабизнеса;
- знакомство с основными типами медийных корпораций; осмысление влияния конвергенции на медийный бизнес;
- анализ современной медиасистемы;
- знакомство с тенденциями развития медиаиндустрии;
- изучение языкового и жанрово-стилистического своеобразия информационного медиаконтента

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Методы и техники создания медиаконтента» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры.

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 ОП магистратуры обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИУК-2.1. Разрабатывает концепцию управления проектом на всех этапах его жизненного цикла в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель и пути достижения, задачи и способы их решения, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения ИУК-2.2. Разрабатывает план реализации проекта в соответствии с существующими условиями, необходимыми ресурсами, возможными рисками и распределением зон ответственности участников проекта ИУК-2.3. Осуществляет мониторинг реализации проекта на всех этапах его жизненного цикла, вносит необходимые изменения в план реализации проекта с учетом количественных и качественных параметров достигнутых промежуточных результатов
--	---

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 9 зачетных единиц (324 академических часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины

«Медиастратегии и медиапланирование в маркетинговых и социальных коммуникациях»

Цель изучения дисциплины «Медиастратегии и медиапланирование в маркетинговых и социальных коммуникациях» – освоение обучающимися магистратуры теоретических знаний, практических навыков и формирование профессиональных компетенций применительно к научно – исследовательской деятельности в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины «Медиастратегии и медиапланирование в маркетинговых и социальных коммуникациях»

- изучение развития медиабизнеса;
- знакомство с основными типами медийных корпораций; осмысление влияния конвергенции на медийный бизнес;
- анализ современной медиасистемы;
- знакомство с тенденциями развития медиаиндустрии;
- изучение языкового и жанрово-стилистического своеобразия информационного медиаконтента

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Медиастратегии и медиапланирование в маркетинговых и социальных коммуникациях» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры.

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 ОП магистратуры обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИУК-2.1. Разрабатывает концепцию управления проектом на всех этапах его жизненного цикла в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель и пути достижения, задачи и способы их решения, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения ИУК-2.2. Разрабатывает план реализации проекта в соответствии с существующими условиями, необходимыми ресурсами, возможными рисками и распределением зон ответственности участников проекта ИУК-2.3. Осуществляет мониторинг реализации проекта на всех этапах его жизненного цикла, вносит необходимые изменения в план реализации проекта с учетом количественных и качественных параметров достигнутых промежуточных результатов
--	---

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (324 академических часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Коммуникационные технологии медиаанализа»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

Целью дисциплины «Коммуникационные технологии медиаанализа» является формирование у студентов базовых навыков применения коммуникационных технологий медиаанализа в зависимости от маркетинговых целей, рыночной ситуации, характеристик потребителя/пользователя и иных факторов, влияющих на конечный информационный продукт.

Задачи дисциплины:

- формирование устойчивых знаний в области коммуникационных технологий медиаанализа: терминологии, особенностей и возможностей применения медиа в маркетинговой и социальной сфере, принципов применения коммуникационных технологий медиаанализа;
- знакомство с историческими образцами коммуникационных технологий медиаанализа с целью усвоения базовых элементов коммуникационной технологии;
- формирование навыков построения каналов коммуникационных технологий медиаанализа;
- развитие навыков анализа и оценки элементов коммуникационных технологий медиаанализа.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Коммуникационные технологии медиаанализа» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик:

- Основы научных исследований в медийной сфере;
- Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности;
- Теории коммуникации;
- Технологии рекламы и связей с общественностью;
- Социология рекламы.

3. В результате освоения дисциплины обучающийся магистратуры должен овладеть следующими результатами обучения:

ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ИПК-3.1. Выбирает и эффективно использует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ИПК-3.2. Формулирует требования к основным документам по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ИПК-3.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта
--	---

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

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

Аннотация рабочей программы дисциплины «Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью»

1. Цели и задачи дисциплины

Целью дисциплины «Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью» является формирование у магистрантов знаний, касающихся значимости стратегического планирования при разработке комплексных коммуникативных кампаний, критериев оценки их эффективности; а также роли рекламы и связей с общественностью в эффективном позиционировании и продвижении субъектов рыночной деятельности.

Задачи дисциплины:

-ознакомление с комплексом требований, предъявляемых современным рынком к рекламистам и специалистам по связям с общественностью;

-формирование знаний о тенденциях и закономерностях планирования и реализации рекламных и PR-кампаний;

-формирование знаний о рекламе как бизнес-процессе и об основных этапах этого процесса.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате изучения дисциплины «Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью» обучающиеся должны:

УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИУК-3.1. Демонстрирует управленческую компетентность, необходимую для формирования команды и руководства ее работой на основе разработанной стратегии сотрудничества ИУК-3.2. Планирует, организует, мотивирует, оценивает и корректирует совместную деятельность по достижению поставленной цели с учетом интересов, особенностей поведения и мнений ее членов ИУК-3.3. Применяет способы, методы и стратегии оптимизации социально-психологического климата в коллективе, предупреждения и разрешения конфликтов, технологии обучения и развития профессиональной и коммуникативной компетентности членов команды
ПК-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ИПК-1.1. Разрабатывает и эффективно применяет коммуникационные кампании, проекты и мероприятия ИПК-1.2. Формулирует требования коммуникационным кампаниям, проектам и мероприятиям ИПК-1.3. Осуществляет контроль за реализацией коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

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

Аннотация рабочей программы дисциплины «Консалтинг и прогнозирование в медиасфере»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины «Консалтинг и прогнозирование в медиасфере» - формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков в области методологии стратегического планирования на различных уровнях маркетинговых и социальных коммуникаций, получение студентами теоретических знаний и практических навыков в технике и организации деятельности по разработке стратегических прогнозов, программ и планов различных периодов упреждения.

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

-теоретическое изучение и апробация основ стратегического планирования, принципов разработки стратегических прогнозов, программ и планов, методики стратегического планирования.

-изучение стратегий маркетинговых и социальных коммуникаций и опыта их реализации в различных отраслях экономики;

-знакомство со стратегиями маркетинговых и социальных коммуникаций на среднесрочную и долгосрочную перспективы;

-формирование навыков самостоятельной разработки стратегии маркетинговых и социальных коммуникаций с учетом влияния факторов макро- и микросреды.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Консалтинг и прогнозирование в медиасфере» к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах и прохождении практик:

- Основы научных исследований в медийной сфере,
- Технология рекламы и связей с общественностью,
- Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью,
- Медиастратегии и планирование в маркетинговых и социальных коммуникациях,

3.Требования к результатам освоения дисциплины

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

УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИУК-1.1. Анализирует проблемную ситуацию как систему, осуществляет её декомпозицию и определяет связи между ее составляющими ИУК-1.2. Определяет противоречивость и пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, а также критически оценивает релевантность используемых информационных источников ИУК-1.3. Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов с учетом оценки существующих рисков и возможностей их минимизации
---	--

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

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

Аннотация рабочей программы дисциплины «Брендинг в медиасфере»

1. Цели и задачи дисциплины

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

К основным **задачам** освоения дисциплины «Брендинг в медиасфере» следует отнести:

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

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Брендинг в медиасфере» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик:

- Психология рекламы и связей с общественностью
- Теории коммуникации
- Технологии рекламы и связей с общественностью
- Социология рекламы
- Коммуникационные технологии медиаанализа
- Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью.

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

- Педагогическая практика
- Преддипломная практика
- Государственная итоговая аттестация.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате изучения дисциплины «Брендинг в медиасфере» обучающиеся должны:

УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИУК-2.1. Разрабатывает концепцию управления проектом на всех этапах его жизненного цикла в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель и пути достижения, задачи и способы их решения, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения ИУК-2.2. Разрабатывает план реализации проекта в соответствии с существующими условиями, необходимыми ресурсами, возможными рисками и распределением зон ответственности участников проекта ИУК-2.3. Осуществляет мониторинг реализации проекта на всех этапах его жизненного цикла, вносит необходимые изменения в план реализации проекта с учетом количественных и качественных параметров достигнутых промежуточных результатов
--	---

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

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

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Медиаисследования и медиаизмерения в маркетинговых и социальных
коммуникациях»**

1. Цели и задачи дисциплины

Основной целью освоения дисциплины «Медиаисследования и медиаизмерения в маркетинговых и социальных коммуникациях» является формирование у обучающихся теоретических знаний, практических навыков и формирование профессиональных компетенций в области проектирования визуальных коммуникаций в рекламе.

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

- формирование у студентов представления об основных этапах проектирования визуальных коммуникаций, а также основных **выразительных средств** визуальных коммуникаций, применяемых в рекламе;
- развить и закрепить основные навыки проектирования информационно-рекламной продукции в соответствии с задачей, а также подготовки и принятия решений в области создания и управления аудио-, видео, графических и интернет-материалов с использованием современных технологий;
- ознакомление с комплексом визуальных средств воздействия, используемых в разработке аудио-, видео, графических и интернет-материалов.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Медиаисследования и медиаизмерения в маркетинговых и социальных коммуникациях» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры.

Дисциплина «Медиаисследования и медиаизмерения в маркетинговых и социальных коммуникациях» взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ООП:

В вариативной части базового цикла (Б1):

- Стратегическое планирование маркетинговых коммуникаций

3. Требования к результатам освоения дисциплины

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

УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИУК-1.1. Анализирует проблемную ситуацию как систему, осуществляет её декомпозицию и определяет связи между ее составляющими ИУК-1.2. Определяет противоречивость и пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, а также критически оценивает релевантность используемых информационных источников ИУК-1.3. Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов с учетом оценки существующих рисков и возможностей их минимизации
---	--

<p>ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы</p>	<p>ИПК-3.1. Выбирает и эффективно использует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ИПК-3.2. Формулирует требования к основным документам по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ИПК-3.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p>
---	--

4.Объём дисциплины и виды учебной работы

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

Аннотация рабочей программы дисциплины «Стратегия SMM и таргетинга в медиасфере»

1. Цели и задачи дисциплины:

Целью дисциплины «Стратегия SMM и таргетинга в медиасфере» является формирование у студентов навыков разработки стратегии направления трафика через поисковые системы на интернет-сайт на предмет соответствия рекомендациям поисковых систем и умений решать задачи по совершенствованию страниц интернет-сайтов.

Задачи дисциплины:

- сформировать понимание алгоритмов и принципов, в соответствии с которыми поисковые системы ранжируют в поисковой выдаче интернет-страницы (SERP);
- изучить особенности работы систем аналитики медиапроектов в интернете;
- научиться планировать трафик на интернет-сайты, направлять и перенаправлять его на внутренние интернет-страницы;
- развить навыки ведения проектов в области поисковой оптимизации и взаимодействия с подрядчиками;
- освоить современные инструменты (сервисы), применяемые в сфере поисковой оптимизации для анализа интернет-проектов.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Настоящая дисциплина относится к элективным дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик:

- Технологии рекламы и связей с общественностью

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

- Медиастратегии и медиапланирование в маркетинговых и социальных коммуникациях

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

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

<p>УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p>ИУК-4.1. Устанавливает и развивает профессиональные контакты, осуществляет академическое и профессиональное взаимодействие с применением современных коммуникативных технологий, в том числе на иностранном языке ИУК-4.2. Составляет и редактирует документацию с целью обеспечения академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке ИУК-4.3. Демонстрирует коммуникативную компетентность в условиях научно-исследовательской и проектной деятельности и презентации ее результатов на различных публичных мероприятиях, включая международные, в том числе на иностранном языке</p>
<p>УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</p>	<p>ИУК-6.1. Оценивает свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные), оптимально их использует для успешного выполнения порученного задания ИУК-6.2. Определяет приоритеты профессионального роста и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям ИУК-6.3. Выстраивает собственную профессиональную траекторию, используя инструменты непрерывного образования, с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности и динамично изменяющихся требований рынка труда</p>

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

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

Аннотация рабочей программы дисциплины «Стратегия SEO-оптимизации в медиасфере»

1. Цели и задачи дисциплины:

Целью дисциплины «Стратегия SEO-оптимизации в медиасфере» является формирование у студентов навыков разработки стратегии направления трафика через поисковые системы на интернет-сайт на предмет соответствия рекомендациям поисковых систем и умений решать задачи по совершенствованию страниц интернет-сайтов.

Задачи дисциплины:

- сформировать понимание алгоритмов и принципов, в соответствии с которыми поисковые системы ранжируют в поисковой выдаче интернет-страницы (SERP);
- изучить особенности работы систем аналитики медиапроектов в интернете;
- научиться планировать трафик на интернет-сайты, направлять и перенаправлять его на внутренние интернет-страницы;
- развить навыки ведения проектов в области поисковой оптимизации и взаимодействия с подрядчиками;
- освоить современные инструменты (сервисы), применяемые в сфере поисковой оптимизации для анализа интернет-проектов.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Настоящая дисциплина относится к элективным дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры.

Настоящая дисциплина базируется на знаниях, полученных учащимися при изучении следующих дисциплин:

- Основы научных исследований в медийной сфере;
- Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью;
- Медиастратегии и планирование в маркетинговых и социальных коммуникациях.

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

- Стратегическое планирование маркетинговых коммуникаций;
- Государственная итоговая аттестация.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

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

УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	ИУК-4.1. Устанавливает и развивает профессиональные контакты, осуществляет академическое и профессиональное взаимодействие с применением современных коммуникативных технологий, в том числе на иностранном языке ИУК-4.2. Составляет и редактирует документацию с целью обеспечения академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке ИУК-4.3. Демонстрирует коммуникативную компетентность в условиях научно-исследовательской и проектной деятельности и презентации ее результатов на различных публичных мероприятиях, включая международные, в том числе на иностранном языке
---	---

<p>УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</p>	<p>ИУК-6.1. Оценивает свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные), оптимально их использует для успешного выполнения порученного задания ИУК-6.2. Определяет приоритеты профессионального роста и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям ИУК-6.3. Выстраивает собственную профессиональную траекторию, используя инструменты непрерывного образования, с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности и динамично изменяющихся требований рынка труда</p>
---	---

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачётных единиц (252 академических часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины «Прогнозирование и проектирование в медиасфере»

1. Цель и задачи изучения дисциплины

К основным **целям** освоения дисциплины «Прогнозирование и проектирование в медиасфере» следует отнести:

– обучение обучающихся проектированию и разработке сайтов с использованием систем управления контентом CMS (Content Management System).

К основным **задачам** освоения дисциплины «Прогнозирование и проектирование в медиасфере» следует отнести:

– изучение основных понятий и подходов к разработке сайтов на базе CMS WordPress;

– приобретение умений установки и настройки CMS WordPress, подготовки и публикации материалов;

– приобретение навыков работы с темами (шаблонами), «виджетами», «плагинами» CMS WordPress.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Прогнозирование и проектирование в медиасфере» относится к элективным дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры.

Дисциплина «Прогнозирование и проектирование в медиасфере» взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП:

– - Методы и техники создания медиаконтента;.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

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

УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИУК-1.2. Определяет противоречивость и пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, а также критически оценивает релевантность используемых информационных источников ИУК-1.3. Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов с учетом оценки существующих рисков и возможностей их минимизации
---	--

<p>ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы</p>	<p>ИПК-3.1. Выбирает и эффективно использует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>ИПК-3.2. Формулирует требования к основным документам по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p>ИПК-3.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p>
---	--

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

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

Аннотация рабочей программы дисциплины «Медиааналитика в цифровой среде»

1. Цель и задачи изучения дисциплины

К основным **целям** освоения дисциплины «Медиааналитика в цифровой среде» 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 «Медиааналитика в цифровой среде» относится к **элективным** дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры.

Дисциплина «Медиааналитика в цифровой среде» взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП:

– Проектирование визуальных коммуникаций в рекламе;
– Методы и техники презентации результатов научных исследований.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

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

УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИУК-1.1. Анализирует проблемную ситуацию как систему, осуществляет её декомпозицию и определяет связи между ее составляющими ИУК-1.2. Определяет противоречивость и пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, а также критически оценивает релевантность используемых информационных источников ИУК-1.3. Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов с учетом оценки существующих рисков и возможностей их минимизации
ПК-3 Способен осуществлять	ИПК-3.1. Выбирает и эффективно использует типовые

<p>проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы</p>	<p>алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>ИПК-3.2. Формулирует требования к основным документам по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p>ИПК-3.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p>
--	--

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;
- средствами создания пользовательского интерфейса приложений БД.

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

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

Аннотация рабочей программы «Государственная итоговая аттестация»

В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (далее – ФГОС ВО) обучение по направлению 42.04.01 «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 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью (уровень магистратуры)», утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017 г. № 528.

Выпускная квалификационная работа магистра 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 42.04.01 «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 (коммуникационная, научно – исследовательская и педагогическая).

В ходе государственной итоговой аттестации (выполнения и защиты выпускной квалификационной работы) оценивается сформированность у обучающихся следующих результатов освоения ОП ВО:

Компетенции	Индикаторы компетенций
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИУК-1.1. Анализирует проблемную ситуацию как систему, осуществляет её декомпозицию и определяет связи между ее составляющими
	ИУК-1.2. Определяет противоречивость и пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, а также критически оценивает релевантность используемых информационных источников
	ИУК-1.3. Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов с учетом оценки существующих рисков и возможностей их

	минимизации
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИУК-2.1. Разрабатывает концепцию управления проектом на всех этапах его жизненного цикла в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель и пути достижения, задачи и способы их решения, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения
	ИУК-2.2. Разрабатывает план реализации проекта в соответствии с существующими условиями, необходимыми ресурсами, возможными рисками и распределением зон ответственности участников проекта
	ИУК-2.3. Осуществляет мониторинг реализации проекта на всех этапах его жизненного цикла, вносит необходимые изменения в план реализации проекта с учетом количественных и качественных параметров достигнутых промежуточных результатов
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИУК-3.1. Демонстрирует управленческую компетентность, необходимую для формирования команды и руководства ее работой на основе разработанной стратегии сотрудничества
	ИУК-3.2. Планирует, организует, мотивирует, оценивает и корректирует совместную деятельность по достижению поставленной цели с учетом интересов, особенностей поведения и мнений ее членов
	ИУК-3.3. Применяет способы, методы и стратегии оптимизации социально-психологического климата в коллективе, предупреждения и разрешения конфликтов, технологии обучения и развития профессиональной и коммуникативной компетентности членов команды
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	ИУК-4.1. Устанавливает и развивает профессиональные контакты, осуществляет академическое и профессиональное взаимодействие с применением современных коммуникативных технологий, в том числе на иностранном языке
	ИУК-4.2. Составляет и редактирует документацию с целью обеспечения академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке

	ИУК-4.3. Демонстрирует коммуникативную компетентность в условиях научно-исследовательской и проектной деятельности и презентации ее результатов на различных публичных мероприятиях, включая международные, в том числе на иностранном языке
УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	ИУК-5.1. Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития, и обосновывает актуальность их использования при социальном и профессиональном взаимодействии
	ИУК-5.2. Выстраивает социальное и профессиональное взаимодействие с учетом общих и специфических черт различных культур и религий, особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других наций и конфессий, различных социальных групп
	ИУК-5.3. Обеспечивает создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач, демонстрируя понимание особенностей различных культур и наций
УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	ИУК-6.1. Оценивает свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные), оптимально их использует для успешного выполнения порученного задания
	ИУК-6.2. Определяет приоритеты профессионального роста и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям
	ИУК-6.3. Выстраивает собственную профессиональную траекторию, используя инструменты непрерывного образования, с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности и динамично изменяющихся требований рынка труда
ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов,	ИОПК-1.1. Умеет планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ИОПК-1.2. Анализирует и учитывает изменения норм русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ИОПК-2.1. Понимает тенденции развития общественных и государственных институтов
	ИОПК-2.2. Применяет многообразие методов анализа при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
	ИОПК-2.3. Определяет способ освещения общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ИОПК-3.1. Применяет знания достижений отечественной и мировой культуры
	ИОПК-3.2. Понимает процесс создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
	ИОПК-3.3. Анализирует многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ИОПК-4.1. Применяет многообразие методов анализа потребностей общества и интересов аудитории
	ИОПК-4.2. Определяет цели прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
	ИОПК-4.3. Понимает взаимосвязь целей прогнозирования спроса и потребностей общества и интересов аудитории на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ИОПК-5.1. Представляет политические и экономические механизмы функционирования, правовых и этических норм регулирования
	ИОПК-5.2. Умеет выявлять и учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем в масштабе региона, страны и мира
	ИОПК-5.3. Анализирует актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем с учетом различных механизмов их функционирования

ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ИОПК-6.1. Владеет инструментами медиапланинга и медиабайнга
	ИОПК-6.2. Применяет современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии в медиапроизводстве
ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ИОПК-7.1. Владеет инструментарием оценки и прогнозирования эффектов в медиасфере
	ИОПК-7.2. Понимает принципы социальной ответственности
	ИОПК-7.3. Определяет причинно-следственные связи эффектов в медиасфере и принципов социальной ответственности
ПК-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ИПК-1.1. Разрабатывает и эффективно применяет коммуникационные кампании, проекты и мероприятия
	ИПК-1.2. Формулирует требования коммуникационным кампаниям, проектам и мероприятиям
	ИПК-1.3. Осуществляет контроль за реализацией коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
ПК-2 Способен разрабатывать под руководством специалиста более высокой квалификации учебно-методического обеспечения реализации учебных курсов, дисциплин (модулей) или отдельных видов учебных занятий программ бакалавриата и (или) ДПП	ИПК-2.1. Разрабатывает учебные курсы, дисциплины (модули) или отдельные виды учебных занятий программ бакалавриата и (или) ДПП
	ИПК-2.2. Реализует учебные курсы, дисциплины (модули) или отдельные виды учебных занятий программ бакалавриата и (или) ДПП
ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ИПК-3.1. Выбирает и эффективно использует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
	ИПК-3.2. Формулирует требования к основным документам по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
	ИПК-3.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

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
Универсальные (УК)	УК - 1	+	+	+	+	+	+	
	УК - 2		+	+	+			+
	УК - 3		+	+	+		+	+
	УК - 4		+	+	+			
	УК - 5		+			+		
	УК - 6							+
Общепрофессиональные (ОПК)	ОПК - 1		+	+	+			
	ОПК - 2		+	+	+			+
	ОПК - 3			+	+	+	+	+
	ОПК - 4					+		
	ОПК - 5					+		+
	ОПК - 6		+	+	+	+		
	ОПК - 7		+	+	+	+	+	+

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				+	+	+	+

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 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» выпускники обязаны использовать справочно-правовые системы для обеспечения актуальности нормативной базы проведенного исследования.

Выпускная квалификационная работа по направлению 42.04.01 «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 42.04.01 «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 42.04.01 «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 «Педагогика»

1. Цели и задачи дисциплины

К **основной цели** изучения обучающимися дисциплины «Педагогика» следует отнести содействие становлению и развитию у магистрантов базовой профессиональной педагогической компетентности на основе освоения системы знаний о сущности педагогического процесса, педагогической деятельности и ее задачах посредством совершенствования их жизненного и образовательного опыта.

К **основным задачам** освоения дисциплины «Педагогика» обучающимися следует отнести:

- формирование знаний о методах и средствах самоконтроля в педагогической и учебной деятельности;
- понимание перспективных линий интеллектуального, культурного, нравственного, учебного и профессионального саморазвития и самосовершенствования;
- понимание основ развития и совершенствования личности;
- формирование знаний об особенностях организационно-управленческой деятельности педагога;
- формирование знаний о составляющих педагогической деятельности;
- формирование умения использовать педагогические знания и методы в преподавательской деятельности;
- овладение понятийным аппаратом педагогики.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина является «Педагогика» факультативной и входит в блок ФТД учебного плана образовательной программы магистратуры.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате изучения дисциплины «Педагогика» обучающиеся должны:

УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИУК-3.1. Демонстрирует управленческую компетентность, необходимую для формирования команды и руководства ее работой на основе разработанной стратегии сотрудничества
	ИУК-3.2. Планирует, организует, мотивирует, оценивает и корректирует совместную деятельность по достижению поставленной цели с учетом интересов, особенностей поведения и мнений ее членов
	ИУК-3.3. Применяет способы, методы и стратегии оптимизации социально-психологического климата в коллективе, предупреждения и разрешения конфликтов, технологии обучения и развития профессиональной и коммуникативной компетентности членов команды
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и	ИУК-4.1. Устанавливает и развивает профессиональные контакты, осуществляет академическое и профессиональное взаимодействие с применением современных коммуникативных технологий, в том числе на

профессионального взаимодействия	иностранном языке
	ИУК-4.2. Составляет и редактирует документацию с целью обеспечения академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке
	ИУК-4.3. Демонстрирует коммуникативную компетентность в условиях научно-исследовательской и проектной деятельности и презентации ее результатов на различных публичных мероприятиях, включая международные, в том числе на иностранном языке
ПК-2 Способен разрабатывать под руководством специалиста более высокой квалификации учебно-методического обеспечения реализации учебных курсов, дисциплин (модулей) или отдельных видов учебных занятий программ бакалавриата и (или) ДПП	ИПК-2.1. Разрабатывает учебные курсы, дисциплины (модули) или отдельные виды учебных занятий программ бакалавриата и (или) ДПП
	ИПК-2.2. Реализует учебные курсы, дисциплины (модули) или отдельные видов учебных занятий программ бакалавриата и (или) ДПП

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

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

Аннотация рабочей программы дисциплины «Методы обработки медиаданных»

1. Цели и задачи дисциплины

Целью дисциплины является освоение обучающимися методов обработки медиаданных.

К основным задачам освоения дисциплины «Методы обработки медиаданных» студентами следует отнести:

- изучение теоретической базы и методологию обработки медиаданных;
- рассмотреть и практически применить инструментарий обработки медиаданных.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина является «Методы обработки медиаданных» факультативной и входит в блок ФТД учебного плана образовательной программы магистратуры.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате изучения дисциплины «Методы обработки медиаданных» обучающиеся должны:

ПК-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ИПК-1.1. Разрабатывает и эффективно применяет коммуникационные кампании, проекты и мероприятия
	ИПК-1.2. Формулирует требования коммуникационным кампаниям, проектам и мероприятиям
	ИПК-1.3. Осуществляет контроль за реализацией коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ИПК-3.1. Выбирает и эффективно использует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
	ИПК-3.2. Формулирует требования к основным документам по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
	ИПК-3.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

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