

---

Кафедра интегрированных коммуникаций

**«УТВЕРЖДАЮ»**  
Ректор ОЧУ ВО  
«ЕВРЕЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

\_\_\_\_\_ А.Л. Лебедев

«    » \_\_\_\_\_ 2023 г.

---

**АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН**

---

Подготовки бакалавров по  
направлению

**42.03.01**

\_\_\_\_\_ шифр направления

**Реклама и связи с общественностью**

---

Форма обучения:      Очная, заочная

---

Аннотации рабочих программ рассмотрены и одобрены на заседании  
кафедры интегрированных коммуникаций

\_\_\_\_\_ Наименование кафедры

Протокол № 10 от «01» июня 2023 года

**Программа утверждена Ученым советом Университета.**

Протокол № ЕУ- 6/23 от «01» июня 2023 года.

Москва, 2023

## АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН

### «РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ»

#### Б1.О.01

Учебная дисциплина предназначена для студентов, обучающихся по ОПОП направления 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

#### 1. Цели и задачи дисциплины

**Цели освоения дисциплины (модуля):** овладение системными знаниями по современному русскому языку и культуре речи, культуре речевого поведения, ораторского и полемического мастерства, что позволит специалисту осознать себя языковой личностью, владеющей техникой различных видов речевой деятельности, обладающей навыками публичного общения для решения коммуникативных задач, в том числе в сфере профессиональной деятельности; формирование основополагающих знаний, умений, навыков и компетенций у обучающихся в области современного русского языка, ораторского искусства, культуры речи в сфере деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью.

#### **Задачи:**

##### *1) теоретический компонент:*

- получить базовые представления о целях, задачах, теоретических основах современного русского языка и культуры речи, теоретических основах культуры ораторского искусства и делового общения, роли ритора в современном обществе и его функциях и их роли и месте в рекламе и публичном выступлении;

- иметь представление о происхождении и функционировании системы современного русского языка, о всех её уровнях, о лексических, фразеологических, фонетических, грамматических единицах и связях, возникающих между ними, о структурных и коммуникативных свойствах языка;

- знать место современного русского языка в современном мире, лексическую систему современного русского языка с точки зрения кодифицированности речи и в культурно-речевом аспекте, современную русскую грамматику в структурно-семантическом и коммуникативном аспектах, современную орфографию и пунктуацию, сущность техники речевого общения в различных профессиональных ситуациях;

- изучить основные понятия и основные разделы современного русского языка и культуры речи;

- иметь представления о споре, ведении дискуссии, защите и контроле себя в процессе полемики, избегания ошибок и соблюдении этики в публичных выступлениях;

##### *2) познавательный компонент:*

- владеть информацией об основных правилах современного русского языка и культуры речи, речевого поведения и публичного выступления;

- уметь пользоваться словарями русского языка, справочными и нормативными изданиями;
- уметь привести примеры эффективного публичного выступления в процессе производственных отношений;
- иметь навыки анализа лексических, фразеологических, фонетических и грамматических единиц в контексте;
- уметь привести примеры использования знаний по современному русскому языку и культуре речи в процессе производственных ситуаций и отношений;
- получить базовые навыки использования знаний правил и норм современного русского языка и культуры речи;
- уметь преодолевать ошибки и уловки в споре;

### *3) практический компонент:*

- знать основные техники использования знаний современного русского языка и культуры речи для решения коммуникативных задач в сфере профессиональной деятельности, основные техники публичного выступления для решения коммуникативных задач в сфере профессиональной деятельности;
- получить представление о процессе составления текстов, необходимых для профессиональной деятельности;
- приобрести навыки использования правил современного русского языка и культуры речи при решении основных проблем публичного выступления;
- сформировать навыки речевого взаимодействия в процессе профессионального общения, культуры речевого поведения, позволяющие ориентироваться в коммуникативном процессе;
- получить представление о процессе моделирования различных речевых ситуаций, возникающих в процессе делового общения;
- приобрести навыки дискуссии по основным профессиональным проблемам, публичного общения, ориентирования в типах аудиторий и ораторов, их особенностях;
- сформировать навыки культуры речевого поведения, позволяющие ориентироваться в коммуникативном процессе;
- научить студента выступать с устными сообщениями различной коммуникативной направленности, составлять речи, выступать публично;
- овладеть техникой различных видов речевой деятельности, искусством диалога;
- уметь работать с фактами, материалом, примерами сравнения, ссылками;
- научиться взаимодействовать с аудиторией, моделировать трудные ситуации, преодолевать критические установки аудитории, овладеть искусством попутной реплики, юмором в публичной речи.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Русский язык и культура речи» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с

общественностью» и входит в обязательную часть блока 1 «Дисциплины (модули)».

Данная учебная дисциплина входит в систему дисциплин гуманитарного цикла, способствующих общему развитию личности, обеспечивающих формирование мировоззрения и понимание современных концепций картин мира, формирующих коммуникативную культуру личности.

Учебная дисциплина содержательно и логически связана с другими учебными дисциплинами, изучаемыми обучающимися.

Освоение курса базируется на дисциплинах гуманитарного и социального профиля, изученных обучающимися в среднем учебном заведении. Кроме того, дисциплина опирается на дисциплины, изучаемые студентом параллельно, такие, как: литература, социология, история.

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

#### **знать:**

- основные приемы и методы использования средств современного русского языка и культуры речи в системе рекламы и публичных речей;
- нормы современного русского литературного языка и непрерывно повышать культуру речи;
- изобразительные средства выражения мысли, правила создания конкретного текста;
- правила и нормы современного русского языка, культуры речи, делового этикета;
- техники различных видов речевой деятельности, искусства диалога;
- навыки публичного общения, ориентации в типах аудиторий и ораторов, их особенностях;
- правила взаимодействия с аудиторией, моделирования трудных ситуаций, преодоления критических установок аудитории, владения искусством попутной реплики, юмором в публичной речи;

#### **уметь:**

- ориентироваться в коммуникативном процессе, корректировать речевые явления, происходящие в современном обществе;
- анализировать деловые ситуации, находить и использовать знания русского языка и культуры речи в текущем коммуникативном процессе;
- различать функциональные стили речи;
- понимать структурные и коммуникативные свойства языка;
- уметь работать с фактами, материалом, примерами сравнения, ссылками;

**Владеть:**

- навыками целостного подхода к анализу проблем современного русского языка и культуры речи в процессе деловой коммуникации;
- навыками анализа коммуникативных процессов и явлений, происходящих в речевой ситуации определенной деятельности;
- навыками публичной и научной речи, аргументации, ведения дискуссии;
- навыками литературной и деловой письменной и устной речи на русском языке.

**Приобрести опыт** понимания тенденций развития современного русского языка и системы его использования в современном обществе; умения применять профессиональные навыки русского языка и культуры речи, ораторские навыки, навыки искусства спора в различных ситуациях профессиональной деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

4. **Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

## **«ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК»**

### **Б1.О.02**

Учебная дисциплина предназначена для студентов, обучающихся по ОПОП направления 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Цель дисциплины «Иностранный язык (английский)»** - формирование коммуникативной языковой компетенции, включающей лингвистический, социокультурный и прагматический компоненты и позволяющей осуществлять межличностное общение и профессиональную деятельность на иностранном языке. Иностранный язык в процессе обучения при этом выступает как предмет, подчиненный профилирующим дисциплинам, как проводник специальных знаний в реализации образовательной профессиональной программы бакалавриата по направлению «Реклама и связи с общественностью».

#### **Виды и задачи профессиональной деятельности по дисциплине:**

- поиск информации по полученному заданию, сбор и анализ данных из источников на иностранном языке, необходимых для проведения конкретных экономических расчетов;
- подготовка информационных обзоров, аналитических отчетов; - развитие умения использовать иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности;
- развитие умения обучающегося в своей коммуникативно-направленной деятельности на иностранном языке принимать во внимание: страноведческие реалии, особенности национальных традиций и менталитета говорящих на изучаемом языке, принятую систему общения.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Иностранный язык» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и входит в обязательную часть блока 1 «Дисциплины (модули)».

Данная дисциплина опирается на знания обучающимися базового курса грамматики английского языка и коммуникативные компетенции, приобретённые ими в средней общеобразовательной школе.

Данный курс является основой для изучения обучающимися курса делового и профессионально-ориентированного английского языка, поскольку формирует необходимые коммуникативные компетенции в сфере устной и письменной речи, развивает у обучающихся умения и навыки для понимания прочитанной информации и выражения мыслей на иностранном языке.

## **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** лексико-грамматический минимум по экономике в объеме, необходимом для работы с иноязычными текстами в процессе профессиональной (экономической) деятельности;

**уметь:** использовать иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности;

**владеть:** навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении на иностранном языке.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 11 зачетных единиц, 396 часов.

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

## **«ИСТОРИЯ (ИСТОРИЯ РОССИИ, ВСЕОБЩАЯ ИСТОРИЯ)»**

### **Б1.О.03**

Учебная дисциплина предназначена для студентов, обучающихся по ОПОП направления 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Цель** – формирование у обучающихся исторического сознания, развитие интереса к фундаментальным знаниям, стимулирование потребности к оценкам исторических событий и фактов действительности, усвоение идеи единства мирового историко-культурного процесса при одновременном признании многообразия его форм.

### **Задачи:**

- обратить внимание на тенденции развития мировой историографии;
- определить место и роль российской истории и историографии в мировой науке; -проанализировать изменения в исторических представлениях, которые произошли в России в последнее время;
- осознанно уяснить историческое место и выбор пути развития России на современном этапе; показать место истории в обществе, формирование и эволюцию исторических понятий и категорий;
- выявить актуальные проблемы исторического развития России, ключевые моменты истории, оказавшие существенное влияние на жизнедеятельность российского народа;
- развитие логически правильного и творческого мышления, выработка самостоятельности суждений, умения вести научные дискуссии.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «История (История России, Всеобщая история)» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в обязательную часть блока 1 «Дисциплины (модули)».

Учебный курс занимает важное место в системе подготовки бакалавров. Дисциплина традиционно включена в состав социально-гуманитарного блока, поэтому изучение дисциплины помогает при освоении других предметов этого ряда: культурологии, философии, политологии, социологии, экономики, психологии и других. Указанные дисциплины базируются на изучении истории и должны быть логически взаимосвязаны с историей России и всего общества. В структуре образовательного процесса дисциплина занимает особое место, так как эта дисциплина не только дает основные знания о прошлом и настоящем нашего общества, государства, тенденциях современного мирового развития, но и помогает разобраться в сложной современной политической ситуации, формирует мировоззрение человека и гражданина, освоение и культурное восприятие сложных реалий нашего мира.

## **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** закономерности и этапы исторического процесса, основные события и процессы мировой и отечественной истории;

**уметь:** ориентироваться в мировом историческом процессе, анализировать процессы и явления, происходящие в обществе;

- применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетентности;

**владеть:** навыками философского мышления для выработки системного, целостного взгляда на проблемы общества.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

4. **Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

## **«КУЛЬТУРОЛОГИЯ»**

### **Б1.О.04**

Учебная дисциплина предназначена для студентов, обучающихся по ОПОП направления 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

Культурология как интегративная дисциплина является необходимой составляющей профессиональной подготовки учащихся высших учебных заведений практически во всех областях человеческой деятельности.

#### **Цель курса:**

дать целостное и принципиально новое видение проблем взаимоотношения человека с миром; философского осознания культуры с позиций всеобщего ее содержания и природы. Культурологическое знание представлено как результат теоретической деятельности, позволяющей определить общие основы многообразия фактов культуры, а также как исторический срез реального процесса развития культуры, функционирования ее стереотипов, мировосприятия и регулирующих норм. Актуальны прикладные социально-управленческие возможности культурологической теории для прогностического моделирования социокультурных процессов как глобального, так и регионального уровня. Это создает возможности для регуляции социальной жизни в целом, управления многообразными сферами социокультурной практики, деятельности групп, коллективов, организаций и т.д.

#### **Практические задачи:**

в формировании широкого комплексного кругозора, позволяющего осуществлять решение познавательных и практических задач, находящихся на пересечении различных областей научного знания и сфер социокультурной практики,

- в развитии представлений о культуре как форме исторической жизни, ее порождении, социальной функции и языке,
- в выработывании у обучающихся мировоззренческих предпосылок для понимания различных культур и возможностей коммуникации с окружающим миром,
- в осознании себя субъектом культурного творчества.



### **Образовательные задачи:**

- в осмыслении социокультурных процессов как целостности,
- в представлении о структуре и составе современного культурологического знания во все более усиливающихся связях с частными науками о культуре,
- в рассмотрении культурологи, как современной интегративной области знания на стыке философии культуры, социологии культуры, культурной антропологии, этнологии, социологии и теологии культуры, имеющей свои научные школы, семиотического, историко-антропологического и философского направления, свои институты и, главное, свой предмет и объект изучения - культуру в общечеловеческих масштабах.

### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Культурология» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и входит в обязательную часть блока 1 «Дисциплины (модули)».

Учебный курс культурологии опирается на знания, полученные обучающимися в средней школе на занятиях по истории и другим социогуманитарным дисциплинам (использование знания основных этапов мировой отечественной истории, специфики формирования русского этноса и российской государственности; знания о формах освоения человеком действительности), а также при изучении естественных наук (используется положение о единстве естественнонаучной и гуманитарной культуры, взаимосвязи научного и художественного методов освоения действительности).

Курс «Культурология» носит теоретический характер. Знания, умения и навыки, приобретенные при изучении культурологии, используются как общекультурная база при изучении других гуманитарных и общенаучных дисциплин (например, «Отечественная история», «Философия», «Социология» и др.).

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** базовые ценности мировой культуры; основные положения ведущих концепций современного культурологического знания; основные определения понятия «культура» в контексте явлений антропологической и социальной действительности; основные формы и функции культурной деятельности; основные способы приобретения, хранения и трансляции социокультурного опыта - в контексте своеобразия культурных достижений

разных цивилизаций; главные тенденции истории и современного развития культуры; культурные основания ценностных установок и норм деловой этики разных цивилизаций; основания культурной самобытности России, ее исторической роли, достижений и значения в мировой культуре.

**уметь:** ориентироваться в мировом историко-культурном процессе, анализировать типы культур и разбираться в их классификации; различать и понимать специфику культурных кодов разных цивилизаций, анализировать современные тенденции развития культуры, ситуацию мультикультурности и диалога культур; понимать значение главных достижений мировой культуры.

**владеть:** основами ценностного отношения к явлениям и достижениям культуры разных эпох, включая современность; основами типологического анализа явлений культурного многообразия; способами сопоставления явлений разных культур в ситуации кросс-культурных связей и межкультурного взаимодействия; принципами социокультурного обоснования смысла и значения своей профессиональной деятельности, этических норм в этой сфере.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

## «ФИЛОСОФИЯ»

### Б1.О.05

Учебная дисциплина предназначена для студентов, обучающихся по ОПОП направления 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

#### 1. Цели и задачи дисциплины

Философия является одной из важнейших дисциплин в структуре социально-гуманитарного знания. Она является основой, теоретическим ядром мировоззрения и общей методологией познания и деятельности.

Философия не есть набор фактов, имен, сведений, которые надо просто знать и уметь воспроизвести (хотя это тоже желательно делать). В результате изучения философии меняется не только тезаурус человека, но меняется он сам. Его мировоззрение и мироощущение приобретают стройность, систематичность, цельность.

В процессе постижения мировой философской мысли, знакомства с ее тысячелетней удивительно интересной историей можно найти, открыть для себя такого мыслителя, школу, течение философии, взгляды которых на жизнь, человека, мир в целом отвечали бы вызовам, запросам современности.

Как известно, у многих людей есть любимые поэты, писатели, композиторы, священники, врачи и даже шоумены. Однако философы в этом списке отсутствуют. И это не случайно. Современный человек по большей части не живёт, а работает, не читает, а смотрит, развлекается, играет. У него нет времени и сил на размышление, поэтому он не думает, «не знает», а «верит», причём во всё, что угодно.

Из **homo sapiens**, «человека разумного» современный человек постепенно превращается в «человека играющего», в «человека-шоу», чья личность, индивидуальность исчезает, растворяется в «потоке коммуникаций».

Мы полагаем, что знакомство с философией поможет устранить (хотя бы частично) эти перекосы современной цивилизации.

Итак, **цель** дисциплины - сформировать у обучающихся систему философских взглядов, рационально-теоретическое мировоззрение.

Целью освоения философии является формирование у обучающихся способности научно обоснованно анализировать философско-мировоззренческие проблемы, критически осмысливать полученные знания, уметь правильно применять их при освоении своей основной специальности.

В этой связи ставятся **задачи**: получить представление об основных философских направлениях, течениях и школах в истории философии; знать содержание и понимать смысл основных философских понятий и проблем в общем контексте всей системы философского знания в современном ее состоянии; уметь теоретически и методологически грамотно излагать усвоенные знания, доказательно выражать свою точку зрения; иметь опыт не только аудиторной, но и самостоятельной работы по изучению основной программы, включая подготовку теоретических докладов и рефератов, а также конспектирование наиболее важных первоисточников.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Философия» предназначена для обучающихся по ОПОП направления подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в обязательную часть блока 1 «Дисциплины (модули)».

Учебная дисциплина «Философия» содержательно и логически связана с другими учебными дисциплинами, изучаемыми обучающимися. Предшествуют освоению обучающимися данной дисциплины или идут параллельно с ней такие учебные дисциплины, как «История», «Культурология», «Социология» и другие.

Философия является мировоззренческой и методологической дисциплиной и поэтому она во многом задает мировоззренческие и методологические ориентиры и основы всем последующим дисциплинам.

## **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

**знать:**

- основные философские понятия и категории, закономерности развития природы, общества и мышления;

- базовые и профессионально-профилированные основы философии, логики, психологии, экономики и истории;
- сущность философских категорий, терминологию философии и структуру философского знания, функции философии методы философского исследования философские персоналии и специфику философских направлений;
- место и роль философии в общественной жизни; мировоззренческие социально и личностно значимые философские проблемы;
- основные разделы и направления философии, методы и приемы философского анализа проблем.

**уметь:**

- применять понятийно-категориальный аппарат, основные законы гуманитарных и социальных наук в профессиональной деятельности;
- анализировать мировоззренческие, социально и личностно значимые философские проблемы;
- анализировать гражданскую и мировоззренческую позиции в обществе, формировать и совершенствовать свои взгляды и убеждения, переносить философское мировоззрение в область материально-практической деятельности;
- ориентироваться в системе философского знания как целостного представления об основах мироздания и перспективах развития планетарного социума; понимать характерные особенности современного этапа развития философии; применять философские принципы и законы, формы и методы познания в профессиональной деятельности.

**владеть:**

- навыками философского мышления для выработки системного, целостного взгляда на проблемы общества;
- навыками целостного подхода к анализу проблем общества;
- умениями толерантного восприятия и социально-философского анализа социальных и культурных различий;
- методами философских, исторических и культурологических исследований, приемами и методами анализа проблем общества;
- навыками философского анализа различных типов мировоззрения, использования различных философских методов для анализа тенденций развития современного общества, философско-экономического анализа.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

**4.Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

**«СОЦИОЛОГИЯ»  
Б1.О.06**

Учебная дисциплина предназначена для студентов, обучающихся по ОПОП направления 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

### **1.Цели и задачи дисциплины**

**Целями освоения дисциплины являются:**

- в области обучения - изучение обучающимися достижений мировой и российской социологической мысли, законов социального развития, социальных проблем функционирования и взаимодействия общества и личности;
- в области воспитания - формирование гражданской позиции обучающегося, культуры поведения в коллективе и обществе, патриотических и нравственных качеств, осознанного и ответственного отношения к выполнению своих профессиональных обязанностей;
- в области развития и функциональной деятельности формирование умения прогнозировать развитие социальных процессов в обществе и коллективах; применять социологический подход в будущей профессиональной деятельности, развивать навыки социологического обследования социальных групп а также анализа социальных процессов и явлений; навыков самостоятельного совершенствовать своих социологических знаний.

**Задачи** дисциплины способствуют углублению и расширению базовой профессиональной подготовки обучающихся, а так же учитывают их образовательные потребности.

### **2.Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Социология» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в обязательную часть блока 1 «Дисциплины (модули)».

Учебная дисциплина содержательно и логически связана с другими учебными дисциплинами, изучаемыми обучающимися.

Её преподавание и изучение основываются на общекультурном развитии и устойчивых социально-психологических характеристиках обучающихся, осознании ими смысла и социальной значимости будущей профессиональной деятельности, на их личностной установке.

Требования к «входным» знаниям, умениям и навыкам, необходимым для освоения учебной дисциплины, предъявляются на уровне знаний, приобретенных обучающимися при изучении предшествующих и сопутствующих дисциплин. Предполагается наличие у них знания законов и закономерностей общественного развития и философских категорий, полученного при изучении учебной дисциплины «Философия».

Взаимосвязь с другими дисциплинами достигается:

с дисциплинами гуманитарного, социально-экономическими направления -использованием диалектического метода в познании сущности мироустройства, позитивных и негативных сторон общественного развития, их влияния на состояние экономической сферы общества, единым понимаем

места и роли гуманитарных знаний в повышении компетентности будущих специалистов;

с дисциплинами профессионального направления - использованием общенаучного категориально-понятийного аппарата, общим пониманием места и роли будущего специалиста в применении полученных знаний в профессиональной деятельности.

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** основные социологические понятия и категории, закономерности развития общества;

**уметь:** применять понятийно-категориальный аппарат, основные законы гуманитарных и социальных наук в профессиональной деятельности;

**владеть:** навыками социологического мышления для выработки системного, целостного взгляда на проблемы общества.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают дифференцированный зачёт.

## **«ПСИХОЛОГИЯ»**

### **Б1.О.07**

Учебная дисциплина предназначена для студентов, обучающихся по ОПОП направления 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Цель учебной дисциплины «Психология».** Преподавание и изучение учебной дисциплины направлены на профессиональную подготовку и развитие обучающихся, на овладение ими системой представлений о закономерностях происхождения, развития, функционирования и проявления психики людей в деятельности и общении.

**Задачи учебной дисциплины.** Изучение учебной дисциплины обучающимися будет способствовать становлению их общего и профессионального мировоззрения, профессионально важных личностных свойств и качеств, глубокому овладению общекультурной соответствующими компетенцией.

Учебная дисциплина закладывает базовые профессиональные знания студентам, а также учитывает их образовательные потребности.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Психология» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в обязательную часть блока 1 «Дисциплины (модули)».

Учебная дисциплина содержательно и логически связана с другими учебными дисциплинами, изучаемыми обучающимися. Параллельно с указанной дисциплиной студенты изучают «Русский язык и культуру речи», «Культурологию», «Историю рекламы», «Основы права» и другие дисциплины. Изучение обучающимися учебной дисциплины «Психология» способствует овладению ими базовыми профессиональными знаниями и создает условия для изучения ими других учебных дисциплин.

## **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

### **знать:**

- особенности эволюции высших психических функций человека, закономерности их протекания и особенности;
- психические основы жизнедеятельности индивида;
- основные направления психологических теорий личности;
- основы психологии межличностных отношений и социального восприятия и коммуникации.

### **уметь:**

- использовать психологические знания для решения научно-исследовательских и практических задач;
- учитывать в деятельности социально-психологические и кросс-культурные факторы, влияющие на межличностное и групповое общение и взаимодействие;

### **владеть:**

- понятийным аппаратом, описывающим различные проблемы личности и социально-психологические феномены;
- навыками самостоятельной работы с научно-психологической литературой и навыками устного изложения и анализа информации.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часов.

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

## **«ПОЛИТОЛОГИЯ»**

### **Б1.О.13**

Учебная дисциплина предназначена для студентов, обучающихся по ОПОП направления 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

##### **Целями освоения дисциплины являются:**

- в области обучения - приобретение обучающимися системных политологических знаний в объеме, необходимом для его ориентации в современной социально-политической жизни, привитие умений и навыков самостоятельного применения основных положений и выводов политической науки в общественной жизни и должностной деятельности;
- в области воспитания - формирование гражданской позиции обучающегося, его политической культуры, патриотических и нравственных качеств, навыков политического поведения, осознанного и ответственного отношения к выполнению своих профессиональных обязанностей;
- в области развития и функциональной деятельности - формирование у обучающегося современного гуманитарного мышления и углубленного понимания сущности политических отношений в обществе, анализа и оценки политических явлений, процессов и событий, рационального политического поведения.

**Задачи** учебной дисциплины способствуют углублению и расширению базовой профессиональной подготовки обучающихся, а так же учитывают их образовательные потребности.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Политология» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в обязательную часть блока 1 «Дисциплины (модули)».

Её преподавание и изучение основываются на общекультурном развитии и устойчивых социально-психологических характеристиках обучающихся, осознании ими смысла и социальной значимости будущей профессиональной деятельности, на их личностной установке.

Требования к «входным» знаниям, умениям и навыкам, необходимым для освоения учебной дисциплины, предъявляются на уровне знаний, приобретенных обучающимися при изучении предшествующих и сопутствующих дисциплин. Предполагается наличие у них знания законов и закономерностей общественного развития и философских категорий, полученного при изучении учебной дисциплины «Философия». Освоение и выяснение политической теории основывается на знании важнейших событий и фактов, трансформаций и изменений в государственном устройстве в истории России и зарубежных стран, являющихся предметом учебной



дисциплины «История». Условием успешного изучения учебной дисциплины «Политология» является знание обучающимися основных политико-правовых документов, определяющих организацию политической жизни современной России.

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

**знать:**

- об объекте, предмете и методах политологии, ее места в системе наук;
- о политических системах, форм политических процессов;
- о политических культурах;
- об основных проблемах геополитики;
- об истории политических учений и современном состоянии науки

**уметь:**

- участвовать в избирательной кампании на любой стадии этого процесса;

- оценивать эффективность функционирования политических институтов;

- отстаивать гражданские права посредством правовых механизмов;

- прогнозировать развитие политических процессов.

**владеть навыками:**

- проведения контент-анализа периодики;

- заполнения подписных листов;

-составление агитационных обращений;

-работы на избирательном участке в качестве наблюдателя;

- введение диалога с политическим оппонентом.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

**4.Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают дифференцированный зачёт.

## **«ЛИТЕРАТУРА»**

### **Б1.О.09**

Учебная дисциплина предназначена для студентов, обучающихся по ОПОП направления 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Целями** освоения дисциплины «Литература» являются:

- ознакомление обучающихся с основными периодами, направлениями и концепциями в теории и истории литературы от античности до современности;
- раскрытие специфики теории литературы и истории литературы как гуманитарных наук;
- рассмотрение актуальных теоретических проблем современного литературоведения;
- ознакомление с различными типами интерпретаций рассматриваемых литературных произведений;
- углубление профессиональной подготовки обучающихся на основе знакомства с синхроническим и диахроническим многообразием филологических исследовательских стратегий.

**Задачи курса:**

1. Рассмотреть литературный процесс последней трети XIX века в контексте исторической, общественной и культурной жизни России.
2. Сформировать представление о творчестве классиков русской литературы, поэтике вершинных произведений данного периода.
3. Дать представление об изучении русской и мировой литературы в отечественном литературоведении и западной славистике.
4. Развить навыки работы с художественным текстом.
5. Совершенствование устной и письменной речи при изучении русской литературы.
6. Развить понимание духовно-нравственного, гражданского, патриотического содержания русской классики.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Литература» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в обязательную часть блока 1 «Дисциплины (модули)».

Для изучения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции, полученные обучающимися в средней общеобразовательной школе и в результате изучения дисциплины «Русский язык и культура речи». Место дисциплины – в системе курсов, ориентированных на изучение русского языка и литературы в их историческом развитии, сопряжении с гражданской историей и культурой. Таким образом, освоение курса базируется на дисциплинах гуманитарного и социального профиля, изученных обучающимися в среднем учебном заведении. Кроме того, дисциплина опирается на дисциплины, изучаемые студентом параллельно, такие, как: введение в профессию, история.

## **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** основные этапы и периоды в истории литературы; ведущие теоретические концепции классического и современного литературоведения, основы теоретического и историко-культурного анализа произведения искусства.

**уметь:** излагать учебный материал в области теории и истории литературы, работать с оригинальными литературными текстами, использовать знание возможностей приложения полученной информации.

**владеть:** навыками использования современного знания о литературе и ведущих направлениях гуманитарного знания (концепций и инструментария) в сфере практической инновационной деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часов.

4. **Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают зачёт.

## **«ОСНОВЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗНАНИЙ»**

### **Б1.О.10**

**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

Цель курса «Основы экономических знаний» - формирование у обучающихся экономического мышления и экономической культуры, усвоение теоретико-методологических основ данной дисциплины, понимание рационального и эффективного ведения домохозяйств, предприятий, фирм, организаций и национальных экономик.

#### **Практические задачи:**

- уметь оценивать экономические изменения в трансформации рыночной экономики;

- анализировать функционирование российских рынков с учетом российского законодательства и современного состояния мировой экономики;

- получить базовые навыки исследования субъектов и объектов собственности с учетом эффективных форм хозяйствования с точки зрения их правовой и экономической сторон.

#### **Образовательные задачи:**

- получить базовые представления о предмете, методах и функциях экономики;

- изучить основные понятия и разделы экономики;

- иметь представления о функциях и методах государственного регулирования экономики;
- знать теоретические положения по основам экономики, микро-, макро-, трансформационным процессам в российской экономике.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Основы экономических знаний» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и входит в обязательную часть блока 1 «Дисциплины (модули)».

Учебный курс опирается на знания, полученные обучающимися в средней школе на занятиях по истории и другим гуманитарным дисциплинам. Курс «Основы экономических знаний» носит теоретический характер. Знания, умения и навыки, приобретенные при изучении данного курса, используются как общекультурная база при изучении других дисциплин (например, «Философия», «Социология», «Основы маркетинга» и др.).

## 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

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

### **В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

**знать:** закономерности функционирования современной экономики; особенности российской экономики, ее структуру, направления экономической политики государства; законы и принципы рыночной экономики; основы построения расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих субъектов на микро- и макроуровнях.

**уметь:** использовать экономические знания для понимания движущих сил и закономерностей исторического процесса, анализа социально-значимых проблем и процессов, решения социальных и профессиональных задач; находить эффективные организационно-управленческие решения; самостоятельно осваивать прикладные экономические знания, необходимые для работы в конкретных сферах в области рекламы и связей с общественностью; прогнозировать на основе стандартных теоретических моделей поведение экономических агентов, развитие экономических процессов и явлений на микро- и макроуровнях.

**владеть:** навыками постановки целей и эффективных средств их достижения, исходя из интересов различных субъектов и с учетом непосредственных и отдаленных результатов; современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных.

Общая трудоемкость дисциплины составляет шесть (6) зачётных единиц (216

часов).

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

## **«ОСНОВЫ ПРАВА»**

### **Б1.О.13**

Учебная дисциплина предназначена для студентов, обучающихся по ОПОП направления 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

Право – собирательное понятие, совокупность знаний о праве, аккумулируемых теорией права и государства, конституционным, гражданским, трудовым, семейным, административным, уголовным правом и другими юридическими дисциплинами.

Своих целей и задач право достигает благодаря способности регулировать общественные отношения, вводить деятельность индивидов и организаций в границы дозволенного и в то же время специфическими инструментами (средствами) защищать нормальное цивилизованное поведение.

Цивилизованное общество не может обходиться без регулирующего воздействия на жизнь людей со стороны права. Каждому человеку необходимо хотя бы общее понимание того, что есть право, каково назначение законодательства, какова его действительная роль в обществе, как использовать правовой инструмент для достижения общественных и личных целей. Право - основа жизнедеятельности общества и государства. Поэтому знание основ правовой жизни общества и государства - долг каждого человека, гражданина.

Знания о юриспруденции имеют не только мировоззренческое, но и непосредственно практическое значение. Фундаментальные теоретические знания о праве и государстве являются необходимым условием для обеспечения защиты интересов личности и существования общественного правопорядка. Изучение курса призвано:

во-первых, просветить обучающихся неюридических направлений подготовки в определенной области знаний,

во-вторых, заложить начальный фундамент правовой культуры молодого поколения граждан,

в-третьих, дать элементарные знания для последующей ориентации в правовых отношениях, сопровождающих гражданина всю жизнь, вне зависимости от избранного им рода занятий.

#### **Цель дисциплины:**

Овладеть системой знаний о содержании и специфике современного российского права.

#### **Задачи дисциплины:**

- ознакомление обучающихся с понятийным аппаратом юридической науки;

- изучение основ государства и права, элементов конституционного, гражданского, трудового, семейного, административного и уголовного законодательства, развитие навыков толкования, использования и применения норм отраслевого права;

- выработка умений понимать законы и подзаконные акты;

- формирование у обучающихся навыков самостоятельной работы с нормативно-правовой базой и юридической литературой;

- развитие у обучающихся базовых умений самостоятельного составления документов, необходимых для участия в правовых отношениях.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Основы права» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в обязательную часть блока 1 «Дисциплины (модули)».

Учебная дисциплина «Основы права» нацелена на развитие у обучающихся мышления и навыков овладения культурным наследием человечества, на выработку у них собственной жизненной позиции и осмысленного, осознанного мировоззрения, требований к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников.

Содержание программы предусматривает развитие у обучающихся учебных умений и навыков, универсальных способов деятельности и ключевых компетенций, акцентирует внимание на формировании навыков самостоятельной работы с правовой информацией, источниками права, в том числе нормативными правовыми актами, необходимыми для обеспечения правовой защиты и поддержки в профессиональной деятельности.

## **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

**знать:**

- нормы закона с точки зрения конкретных условий их реализации;  
- как осуществлять поиск, первичный анализ и использование правовой информации; обращения в надлежащие органы за квалифицированной юридической помощью;

**уметь:**

- излагать и аргументировать собственных суждений о происходящих событиях и явлениях с точки зрения права;

- выбирать соответствующие закону формы поведения и действий в типичных жизненных ситуациях, урегулированных правом; определения способов реализации прав и свобод, а также защиты нарушенных прав;
- решать правовые задачи (на примерах конкретных ситуаций).

**владеть:**

- юридической терминологией в области конституционного, гражданского, семейного, трудового, административного, уголовного права и информационного права;
- навыками применения законодательства при решении практических задач;
- навыками правовых норм и правовых отношений, являющихся объектами информационной защиты.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

**4.Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

## «ЛОГИКА»

### Б1.О.12

Учебная дисциплина предназначена для студентов, обучающихся по ОПОП направления 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

#### 1. Цели и задачи дисциплины

**Целью** преподавания курса «Логика» в вузе являются: овладеть всей совокупностью необходимых знаний и умений, предусмотренной соответствующей программой по изучению данной дисциплины и на основании этого сформировать основы общей и профессиональной логической культуры мышления и научного мировоззрения будущих специалистов, выработать перспективные линии жизненного поведения, стратегии и тактики управленческой деятельности, способствовать становлению самосознания и интеллектуальному развитию личности.

#### **Задачи:**

1. Ознакомить с основными разделами классического логического знания.
2. Помочь приобрести знания по систематизации и классификации информации.
3. Сформировать у обучающихся практические навыки аргументации, доказательства и опровержения, показать встречающиеся в этом процессе правила и логические ошибки, различные «уловки», применяемые в ходе полемики, дискуссий, диспутов и других форм диалога.
4. Совершенствовать умения и навыки корректной постановки вопросов, формулирования выводов, аналитической проверки логической правильности собственных рассуждений и позиции оппонента.
5. Показать применение логики научного познания (факт, гипотеза,

теория и другие ее аспекты).

6. Развивать мышление обучающихся, углублять их гуманитарную культуру.

Изучение дисциплины «Логика» имеет целью формирование у обучаемых ряда общекультурных компетенций как логико-методологической основы овладения общепрофессиональными знаниями, умениями и навыками. Изучение дисциплины предполагает развитие у обучающихся культуры мышления т.е. способности к восприятию, обобщению и анализу социальной, политической и профессиональной информации, постановке профессиональных целей и выбору путей их достижения; способности логически верно выстраивать устную и письменную речь; выработку навыков публичной речи, ведения дискуссии и полемики по социально значимым и профессиональным проблемам.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Логика» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и входит в обязательную часть блока 1 «Дисциплины (модули)».

Учебная дисциплина содержательно и логически связана с другими учебными дисциплинами, изучаемыми обучающимися. Изучение дисциплины опирается на знания, полученные обучающимися при изучении общих гуманитарных и естественно-научных дисциплин, таких как История, Философия, Культурология, Русский язык и культура речи, Концепции современного естествознания и др.

## **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

### **знать:**

- основные направления и логические школы;
- фундаментальные принципы организации логического вывода, тщательно разработанные и применявшиеся мыслителями античности;
- общелогическую терминологию, ставшую международным языком науки логики;

- основные источники логического знания – произведения мыслителей античности и средневековья, сформировавшие фундаментальные каноны современной логики.

### **уметь:**

- анализировать особенности и основные принципы формирования основных логических процедур;



- правильно применять выработанные каноны логического знания внутри доказательных процедур по решению профессиональных задач в сфере организации бизнес - деятельности.

**владеть навыками:**

- решения наиболее сложных профессиональных задач, стоящих перед современным специалистом в сфере организации профессиональной деятельности;

- формулирования своего мнения, позиции, принципов, утверждаемых ими лично по основным проблемам современной рекламы и связей с общественностью.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

## «МАТЕМАТИКА И СТАТИСТИКА»

### Б1.О.13

Учебная дисциплина предназначена для студентов, обучающихся по ОПОП направления 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

#### **1.Цели и задачи дисциплины**

**Целями** изучения дисциплины являются:

- подготовка в области математики и статистики для получения профессионального образования;

- формирование универсальных и профессиональных компетенций, позволяющих выпускнику успешно работать в избранной сфере деятельности.

**Задача** математики и статистики состоит в создании методов сбора и обработки статистических данных для получения научных и практических выводов. Отметим два основных метода анализа статистических данных: 1) оценка неизвестной вероятности события; оценка неизвестной функции распределения; оценка параметров распределения, вид которого неизвестен. 2) проверка статистических гипотез о виде неизвестного распределения или о величине параметров распределения, вид которого известен.

**Основная задача** математики и статистики заключается в получении выводов о массовых явлениях по данным наблюдений над ними и экспериментов. Эти статистические выводы представляют собой утверждения об общих характеристиках этих явлений (вероятностях, законах распределения и их параметрах, математических ожиданиях, дисперсиях и т.д.). Цель математики и статистики – оценить характеристики генеральной совокупности по каким-то выборочным данным. Свойства генеральной совокупности, обычно, неизвестны и все выводы о генеральной совокупности делаются исключительно по выборке.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Математика и статистика» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в обязательную часть блока 1 «Дисциплины (модули)».

Курс «Математика и статистика» базируется на знаниях, полученных в ходе изучения профилирующих дисциплин цикла точных наук: математики, алгебры и начал анализа, а также на теоретической базе, сформированной у студента в ходе освоения прикладных дисциплин математической направленности, предлагаемых системой довузовского образования. Изучение данного предмета призвано помочь будущим специалистам в области рекламы и связей с общественностью овладеть методологией изучения складывающихся на рынке товаров и услуг математических и статистических закономерностей, выявления тенденций развития социально-экономических процессов.

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** цели и задачи математики и статистики, их роль и место в социально-экономических исследованиях, в естественных науках и информатике; направления развития математики и статистики, основные понятия и задачи математики и статистики, основные методологические проблемы математики и статистики.

**уметь** применять стандартные методы и модели к решению статистических задач в естественных науках и информатике, пользоваться расчетными формулами, таблицами, графиками при решении статистических задач, применять пакеты прикладных программ многомерного статистического анализа для обработки экспериментальных данных, содержательно интерпретировать формальные результаты.

**владеть навыками** первичной обработки статистической информации, методами проверки статистических гипотез, основами корреляционного и регрессионного анализа, методами кластерного и дискриминантного анализа.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 11 зачетных единицы, 396 часов.

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

**«КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИНФОРМАТИКА»**

**Б1.О.14**

Учебная дисциплина предназначена для студентов, обучающихся по ОПОП направления 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Целями** преподавания дисциплины «Компьютерные технологии и информатика» являются: воспитание у обучающихся информационной культуры; обучение обучающихся теоретическим основам и практическим навыкам работы с аппаратным и программным обеспечением компьютера.

**Задачи** преподавания дисциплины: углубить знания обучающихся по основному аппаратному обеспечению и периферийным устройствам компьютера; научить обучающихся решать задачи, возникающие в процессе сопровождения и эксплуатации программных средств; освоить современные методы и средства программирования, этапы разработки программного обеспечения; ознакомить обучающихся с принципами представления данных и функционирования информационных систем.

#### **Другие задачи дисциплины:**

- ознакомление обучающихся с теоретическими и практическими основами современных информационных технологий и методикой их использования;
- подготовка обучающихся к профессиональной деятельности с использованием современных методов и средств обработки информации при решении задач профессиональной деятельности;
- освоение комплекса базовых теоретических знаний информатики, аппаратных и программных средств ПК;
- ознакомление с общими методами и способами сбора, накопления, обработки, хранения, передачи и анализа информации;
- изучение особенностей разграничения доступа к информации и общих подходов к обеспечению ее защиты и безопасности;
- усвоение современных информационных технологий, базирующихся на применении вычислительной техники, математического, программного и информационного обеспечения, а также средств и систем связи;
- формирование и развитие компетенций, знаний, практических навыков и умений, способствующих всестороннему и эффективному применению офисных программных средств при решении прикладных задач профессиональной деятельности, связанных с поиском, обработкой и анализом информации, в том числе с применением глобальных компьютерных сетей.

### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Компьютерные технологии и информатика» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в обязательную часть блока 1 «Дисциплины (модули)».

Учебная дисциплина содержательно и логически связана с другими учебными дисциплинами, изучаемыми обучающимися. Изучение дисциплины «Компьютерные технологии и информатика» базируется на сумме знаний, полученных на базе школьного курса «Информатика».

Уровень освоения содержания курса должен позволять студентам освоить такие разделы, как понятие информации, общая характеристика процессов сбора, передачи, обработки и накопления информации; технические и программные средства реализации информационных процессов; модели решения функциональных и вычислительных задач; алгоритмизация и программирование; языки программирования высокого уровня; базы данных; программное обеспечение и технологии программирования; локальные и глобальные сети ЭВМ; основы защиты информации и сведений, составляющих государственную тайну; методы защиты информации; компьютерный практикум.

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

#### **знать:**

- понятие информации и информатики;
- принципы работы компьютера, названия, назначение и принципы работы периферийных устройств;
- организацию памяти компьютера, понятие файла, программы, интерфейса; классификацию программного обеспечения;
- понятие операционной системы и назначение операционных оболочек;
- назначение и принципы основных программных комплексов: текстовых и графических редакторов, операционных оболочек, электронных таблиц;
- основные понятия: мультимедиа, виртуальная реальность;
- базовые технологии создания, хранения и переработки различных видов информации: текстовой, графической, числовой;

#### **уметь:**

- изучать литературу по информатике, рассчитанную на конечного пользователя (документацию к программным средствам, книги с описанием возможностей и технологиями использования ПО);
- использовать термины предметной области в устной речи;
- осваивать самостоятельно технологии использования незнакомых программных средств;

- использовать операционную систему; пользоваться текстовым редактором, электронной таблицей, архиватором и антивирусными пакетами;
- работать с информацией в глобальных компьютерных сетях;

**владеть:**

- средствами компьютерной графики (ввод; вывод, отображение, преобразование и редактирование графических объектов на персональной электронно-вычислительной машине (ПЭВМ)); основными методами работы на ПЭВМ с прикладными программными средствами; навыками составления статистических отчетов; навыками работы в компьютерной сети Интернет.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов.

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

## **«БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

### **Б1.О.15**

Учебная дисциплина предназначена для студентов, обучающихся по ОПОП направления 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Целью** курса является дальнейшее формирование у обучающихся осознания безопасности жизнедеятельности человека, как важнейшего фактора его успешной и эффективной профессиональной деятельности с требованиями к безопасности, защищенности человека, процесса познания, представления и неразрывного единства сложных связей человеческого организма и среды обитания, научить применять полученные навыки соблюдения требований охраны труда, техники безопасности и противопожарной, возникающих в прикладных дисциплинах, дать студентам знания о безопасном поведении человека в чрезвычайных ситуациях, о государственной системе защиты населения от чрезвычайных ситуаций, развивать самостоятельность учащихся в принятии решений по защите населения от чрезвычайных ситуаций и принятии мер по ликвидации их последствий;

**Задачами** данного курса являются: освоение обучающимися знаний в области теории содержания правовых, нормативно-технических и организационных основ безопасности жизнедеятельности, идентификации негативных воздействий среды обитания; защиты от опасностей и предупреждений воздействия тех или иных негативных факторов на человека; приобретение теоретических знаний в области методов ликвидации отрицательных последствий воздействия опасных и вредных факторов; приобретение навыков в решении вопросов при составлении и анализе алгоритмов поведения человека в ЧС, разработке, реализации и создании комфортного состояния среды обитания человека, умения прогнозировать степень негативных воздействий и оценивать их последствия; формировать у

обучающихся навыков оказания доврачебной помощи пострадавшим, использования средств индивидуальной и коллективной защиты.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в обязательную часть блока 1 «Дисциплины (модули)».

Учебная дисциплина содержательно и логически связана с другими учебными дисциплинами, изучаемыми обучающимися. Изучение дисциплины помимо теоретической подготовки носит выраженную практическую направленность и во многом ориентирована на повышение гуманистической составляющей и базируется на знаниях, полученных при изучении социально-экономических, естественнонаучных и общепрофессиональных дисциплин.

Для успешного усвоения курса «Безопасность жизнедеятельности» студент должен знать полученные в рамках школьного курса «Основы безопасности жизнедеятельности», основываться на жизненном опыте обучающихся. Для успешного усвоения материала по данной дисциплине необходимы знания, умения и навыки, приобретенные в результате изучения школьного курса по физике, математике, информатике и экологии.

Учебная дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» является обязательной при реализации основных образовательных программ по направлениям высшего образования и предназначена для реализации государственных требований и имеет глубокие межпредметные связи с естественнонаучными дисциплинами, содержательно и логически связана с другими учебными дисциплинами, изучаемыми обучающимися: Теория коммуникации, психология массовых коммуникаций, математика и статистика и др.

Изучение данной дисциплины будет способствовать оценке вклада предметной области бакалавра в решении экологических проблем и проблем в сфере профессиональной безопасности.

## **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

**знать:**

основные направления обеспечения национальной безопасности в чрезвычайных ситуациях природного, техногенного и социального характера; основные характеристики показателей состояния национальной безопасности; правовые и организационные основы систем гражданской защиты и охраны труда; основные нормативно-правовые и нормативно-

технические документы в области защиты работников, населения и национального достояния в чрезвычайных ситуациях; основных факторов природных, техногенных, экологических и социальных источников опасности и характер их воздействия на объекты безопасности; методы защиты от факторов источников опасностей в сфере своей профессиональной деятельности; поражающие факторы современных средств поражения и способы защиты от них; принципы обеспечения безопасности в повседневной и профессиональной деятельности; способы уменьшения риска и смягчения последствий воздействия опасных факторов источников чрезвычайных ситуаций.

**уметь:**

идентифицировать основные опасности в повседневной, профессиональной деятельности и в условиях чрезвычайной ситуации; использовать средства коллективной и индивидуальной защиты; выполнять требования нормативных правовых актов и нормативных технических документов, устанавливающих требования по безопасности в условиях профессиональной деятельности; оценивать уровень риска от источников опасности в профессиональной деятельности и в условиях чрезвычайных ситуаций; применять способы и средства обеспечения комфортных условий жизнедеятельности.

**владеть:**

навыками работы с нормативно-правовыми, организационно-распорядительными документами по обеспечению функционирования систем безопасности на уровне объекта экономики; работы со средствами индивидуальной защиты от факторов источников опасности; оказания первой медицинской помощи пострадавшим; пользования первичными средствами пожаротушения; оценки психофизиологических и эргономических основ безопасности в организации рабочего места.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

**4.Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают зачёт.

## **«ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИЙ»**

### **Б1.О.16**

**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Целью дисциплины** является формирование базовых знаний об основах методологии исследования коммуникационных систем и процессов в современном обществе, обеспечение эффективного применения полученных знаний в будущей профессиональной деятельности. Основой

курса является изучение зарубежных и отечественных взглядов на теории коммуникации.

### **Задачи дисциплины «Основы теории коммуникации»:**

- научить технологии осуществления коммуникации, владеть тактикой и стратегией коммуникации в профессиональной деятельности;
- правильно использовать знания о вербальной и невербальной коммуникации в профессиональной деятельности;
- уметь применять систему управления коммуникативными процессами в профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью.

### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Основы теории коммуникации» относится к базовой части блока 1 «Дисциплины (модули)» Б1.О.16. Перечень дисциплин, предшествующих изучению данной дисциплины:

1. Русский язык и культура речи,
2. Риторика.

Теория коммуникации – одна из наиболее перспективных отраслей современного научного знания. Коммуникация — явление универсальное, ее содержание и формы попадают в поле зрения многих наук социально-гуманитарного, естественнонаучного и технического циклов. Это вызывает необходимость создания теории, интегрирующей и обобщающей достигнутые результаты научных исследований в данной области.

Освоение дисциплины «Основы теории коммуникации» является необходимой основой для изучения последующих дисциплин, таких, как «Социология массовой коммуникации», «Теория и практика массовой информации».

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

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

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

**ПК-4** – способность осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в общественных,



производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** принципы создания текстов рекламы и связей с общественностью; различные виды, формы, средства и методы коммуникации; основные информационные каналы и их коммуникативную роль; «теорию ролей» коммуникативных норм; особенности межличностной и групповой коммуникации.

**уметь:** определять основные методы, способы и средства создания текстов рекламы и связей с общественностью; анализировать получаемую через средства массовой коммуникации информацию и использовать ее; определять эффективные и неэффективные стратегии и тактики в коммуникационном процессе.

**владеть:** разнообразными методами и навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью; навыками самопрезентации (уметь создавать свой профессионально-коммуникационный имидж); методами анализа коммуникации в кросс-культурном пространстве; основными стратегиями и тактиками, наиболее эффективными в разных видах коммуникации.

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

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

## **«СОЦИОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ»**

### **Б1.О.17**

**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Целью дисциплины** является освоение обучающимися основных теоретических и эмпирических направлений изучения проблем массовой коммуникации в современном обществе; расширение и углубление знаний в сфере массовой коммуникации; овладение навыками социологических методов изучения массовой коммуникации.

#### **Задачи дисциплины «Социология массовых коммуникаций»:**

- знакомство с предметом, основными понятиями и теоретическими подходами социологии коммуникации и социологии массовых коммуникаций;
- формирование представлений о принципах функционирования институтов коммуникации в современном обществе;

- овладение навыками методов изучения коммуникативных процессов, определение их роли в социальных процессах и их влияния на различные социальные структуры;

- выявление внутренних сущностных и содержательных характеристик системы массовой коммуникации, социологических методов изучения данной деятельности;

- формирование в процессе обучения системного комплекса знаний изучаемой дисциплины.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Социология массовых коммуникаций» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

Социология массовых коммуникаций является одной из наиболее перспективных отраслей современного научного знания. Коммуникация — явление универсальное, ее содержание и формы попадают в поле зрения многих наук социально-гуманитарного, естественнонаучного и технического циклов. Это вызывает необходимость создания теории, интегрирующей и обобщающей достигнутые результаты научных исследований в данной области.

Для успешного освоения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции обучающегося, полученные по следующим дисциплинам: «Основы теории коммуникации», «Психология массовых коммуникаций», «Теория и практика массовой информации».

## **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

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

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** основы теоретических представлений о сущности, особенностях, специфике социологии массовых коммуникаций; основные теоретические модели и методы исследования, описывающие социальное действие, манипулятивный потенциал СМИ, коммуникацию и взаимодействие на микро- и макроуровнях.

**уметь:** преодолевать коммуникативные барьеры общения; применять методы изучения и анализа коммуникативных процессов в целях

эффективного медиапланирования; выступать в качестве заказчика социологических исследований.

**владеть:** навыками эффективных вербальных и невербальных коммуникаций в профессиональной деятельности; навыками диагностики и анализа коммуникации в определенной сфере деятельности; навыками использования основных положений и методов теории социологии массовых коммуникаций для описания и обобщения наблюдаемых в сфере поведения потребителей.

Общая трудоемкость дисциплины составляет четыре (4) зачётные единицы (144 часа).

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают зачёт с оценкой.

## **«ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ»**

### **Б1.О.18**

**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Целью дисциплины** является ознакомление обучающихся с социально-психологическими исследованиями СМИ, приобретающими особое значение в эпоху бурного развития информационных технологий.

#### **Задачи дисциплины «Психология массовых коммуникаций»:**

- ознакомление с предметом социальной психологии, частью которой является психология массовых коммуникаций;
- ознакомление с сущностью психологии коммуникации на межличностном уровне, в группе и в масштабе общества;
- формирование умения эффективно использовать знания методов коммуникативного воздействия;
- выработка понимания принципов эффективности коммуникативного взаимодействия, учета коммуникативных барьеров.
- ознакомление с эффектами воздействия средств массовой информации и коммуникации на аудиторию.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

Теоретический материал дисциплины «Психология массовых коммуникаций» тесно переплетается с практической направленностью, что выражается не только в наличии практических занятий, а также в использовании при чтении лекций результатов эмпирических исследований,

проведенных различными научными организациями и исследовательскими творческими коллективами. Лекционный материал иллюстрирует основные теоретико-методологические положения дисциплины, снабжен примерами реального использования методов и концепций психологии массовой коммуникации на практике.

Особое место в курсе отведено рассмотрению функций массмедиа, анализу феноменологии средств массовой коммуникации, механизмов функционирования, перспективных направлений в исследовании массмедиа как новой социальной реальности человеческого общества. Анализируются данные теоретических и экспериментальных исследований в области психологии массовой коммуникации, опубликованные за последние десять лет. В контексте курса рассматриваются проблемы трансформаций личности, возникающих в поликультурном медиамире, под действием средств массмедиа.

Для успешного освоения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции обучающегося, полученные по следующим дисциплинам: «Психология», «Основы теории коммуникации» и «Теория и практика массовой информации».

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

**УК-3** – способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.

**ОПК-4** – способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

**ПК-7** – способность вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** основополагающие проблемы в области психологии массовых коммуникаций; психологические особенности функционирования массмедиа в современном обществе; основные закономерности психологии восприятия, хранения и переработки информации, влияния личностных особенностей на восприятие информации, социально-психологические механизмы влияния и манипуляции.

**уметь:** беспристрастно анализировать информацию, выделять те механизмы и приемы влияния, которые в ней использованы, оценивать их эффективность; корректно использовать приемы влияния при организации информации, предназначенной для массмедиа; самостоятельно анализировать разные теоретические подходы и концепции в области психологии массовой коммуникации; применять психологические знания в практике организации собственных исследований.

**владеть:** научными представлениями о психологических закономерностях взаимодействия личности со средствами массовой коммуникации, навыками работы с литературой и электронными информационными ресурсами, навыками проектирования и организации медиаисследования.

Общая трудоемкость дисциплины составляет четыре (4) зачётные единицы (144 часа).

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают зачёт с оценкой.

## **«ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ»**

### **Б1.О.19**

**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Целью дисциплины** является формирование у обучающихся систематического знания о роли и месте массовой информации в социально-экономическом и социогуманитарном развитии современного российского общества, понимания общих закономерностей и принципов функционирования системы средств массовой информации как фундаментальным, базовым знанием, определяющим последующее освоение данной профессии.

#### **Задачи дисциплины «Теория и практика массовой информации»:**

- приобретение знаний и практических навыков в области журналистики;
- использование механизмов функционирования массовой информации в практической деятельности (создание информационных и аналитических материалов);
- развитие творческого потенциала обучающихся;
- формирование навыков взаимодействия будущего бакалавра рекламы и связей с общественностью со средствами массовой информации.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Теория и практика массовой информации» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина «Теория и практика массовой информации» является одним из базовых для профессионально-творческих практикумов, дисциплин начальной профилизации, прохождения производственных практик, в ходе которых обучающиеся получают возможность применить полученные знания и навыки для наиболее адекватного решения задач

своей будущей профессиональной деятельности.

Для успешного освоения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции обучающегося, полученные по следующим дисциплинам: «Социология», «Культурология», «Политология», «Основы теории коммуникации», «Психология массовых коммуникаций», «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью», «Социология массовых коммуникаций», «Основы интегрированных коммуникаций».

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

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

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

**ПК-1** – способность выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий, разрабатывать коммуникационную политику, планировать и реализовывать коммуникационные проекты и мероприятия, выбирать средства и каналы коммуникации.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** определения ключевых понятий массмедиа-деятельности, правовые основы деятельности СМИ в России, инфраструктурные элементы системы СМИ; различие между понятиями «функции СМИ» и «функции журналистики»; особенности информационного рынка и рынка СМИ; особенности СМИ разных форм собственности; структуру редакционного менеджмента; технологии исследования аудитории СМИ; основные модели взаимодействия специалистов СМИ и связей с общественностью.

**уметь:** заниматься аналитической теоретической и практической деятельностью в профессиональной сфере; анализировать способы и технологии организации коммуникации в медиа-сфере; планировать информационные кампании в СМИ; применять методы работы с информацией.

**владеть:** приемами создания эффективной коммуникационной структуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации, в том числе, с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации.

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

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

## **«ОСНОВЫ БРЕНДИНГА»**

### **Б1.О.20**

**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Целью дисциплины** является формирование у обучающихся представления о построении и управлении брендом.

#### **Задачи дисциплины «Основы брендинга»:**

- исследование совокупности характеристик продукции воплощенных в образе бренда;
- анализ концепции позиционирования бренда;
- диагностика воспринимаемой и поддерживаемой связи между потребителем и брендом;
- изучение основополагающих принципов формирования образа бренда и его отношений с потребителем.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Основы брендинга» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина «Основы брендинга» направлена на развитие способностей самостоятельно ориентироваться в базовых принципах, стратегиях, внутренней логике, особенностях и тенденциях современного коммуникативного процесса (визуальных, социальных и медиа коммуникациях), для повышения коммуникативной компетентности.

Для успешного освоения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции обучающегося, полученные по следующим дисциплинам: «Основы маркетинга», «Основы интегрированных коммуникаций», «Основы менеджмента».

#### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

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

**ОПК-1** – способность создавать востребованные обществом и индустрией медиатесты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностях иных знаковых систем.

**ПК-2** – способность формировать имидж и деловую репутацию организации, проводить мероприятия по повышению имиджа компании, создавать нематериальные активы (бренды) и внедрять их на рынок.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** роли брендинга в бизнес-модели функционирования различных компаний на современных b-to-c и b-to-b рынках; принципы и технологии создания брендов для рынков b-to-c и b-to-b; основные модели и критерии оценки капитала бренда; принципы управления брендами; методы структуризации атрибутов и выгод бренда.

**уметь:** разрабатывать концепции позиционирования бренд-имиджа; выявлять причины возникновения неудовлетворенных потребностей конкретным брендом, а также возможных путей их преодоления (смена бренда, смена восприятия и т.п.); выявлять причины возникновения неудовлетворенных потребностей конкретным брендом, а также возможных путей их преодоления (смена бренда, смена восприятия и т.п.).

**владеть:** навыками влияния различных маркетинговых стимулов на восприятие брендов и поведение потребителей в отношении брендов; навыками определения значимости бренда и его влияния на стоимость компании; навыками исследования восприятия брендов потребителями и интерпретации полученных результатов.

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

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

## «ИМИДЖЕЛОГИЯ»

### Б1.О.21

**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

#### 1. Цели и задачи дисциплины

**Целью** освоения дисциплины является формирование у обучающихся представления об имиджологии и имиджмейкинге как о специфической области коммуникативистики. Во время учебного процесса обучающиеся знакомятся с понятием «имидж», его местом и ролью в современном обществе, с особенностями его анализа, формирования и управления им.

По результатам освоения дисциплины обучающийся способен решать следующие профессиональные задачи:



- владеть навыками формирования имиджа в профессиональной деятельности; личного имиджа и имиджа организации; навыками продвижения товаров и услуг фирмы на рынок.

- уметь выявлять и оценивать имидж личности и организации; оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.

- знать сущность имиджа, его составляющие и роль в различных сферах общественных отношений, этические аспекты общения, основы самопрезентации.

### **Задачи дисциплины «Имиджелогия»:**

- знакомство обучающихся с понятийным аппаратом курса;

- представление типологии потребностей и ценностей целевых аудиторий;

- выявление взаимосвязи между типами целевых аудиторий, их ценностями и имиджевыми ожиданиями;

- рассмотрение модели, структуры и инструментария процесса формирования имиджа;

- определение особенностей имиджевого воздействия на массовое сознание;

- закрепление различных методик анализа уже сформированного имиджа, сложившегося у субъектов социальных процессов.

### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Имиджелогия» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

Необходимой основой для изучения дисциплины «Имиджелогия» являются: представление об основах имиджелогии, знание и владение методами и приемами формирования личного и организационного имиджа, технологиями самопрезентации, а также навыками и умениями их эффективного использования в процессе профессиональной деятельности специалистов в сфере PR.

Для успешного освоения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции обучающегося, полученные по следующим дисциплинам: «Основы теории коммуникаций», «Философия», «Психология».

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

**УК-6** – способность управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основы принципов образования в течение всей жизни.

**ОПК-3** – способность использовать многообразие достижений в отечественной и мировой культуре в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

**ПК-2** – способность формировать имидж и деловую репутацию организации, проводить мероприятия по повышению имиджа компании, создавать нематериальные активы (бренды) и внедрять их на рынок.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** структуру и типы имиджа; модели массовой коммуникации и фильтры восприятия; специфику работы с массовой аудиторией и различными информационными каналами; последовательность работы консультанта по имиджу; технологии «отстройки» от имиджа конкурентов и защиты имиджа от контрпропаганды; приемы работы с командой «заказчика».

**уметь:** анализировать потребности целевой аудитории и заказчика; заказывать и проводить необходимые социологические исследования; выстраивать необходимые информационные каналы; корректировать поведение и стиль речи заказчика; системно конструировать требуемый имидж и управлять им.

**владеть:** навыками использования информации курса в условиях формирования культуры личности, в ситуациях профессиональной деятельности; инструментарием имиджелогии; техниками и технологиями построения и управления имиджем в профессиональной сфере деятельности; навыками самопрезентации для использования внутренних возможностей личности в саморазвитии; инструментарием для проведения маркетинговых исследований; технологиями проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.

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

4. **Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

## «ОСНОВЫ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ»

### Б1.О.22

**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

#### 1. Цели и задачи дисциплины

**Целью дисциплины** является знакомство и освоение обучающимися основных принципов комплекса коммуникативных технологий, направленных на позиционирование и продвижение товара, которые

включают рекламу, связи с общественностью, стимулирование сбыта, и Интернет-коммуникации; формирование знаний и умений, связанных с планированием и реализацией, управлением интегрированными коммуникациями в коммерческих и некоммерческих организациях, освоением различных коммуникационных технологий, применением коммуникационных форм и методов деятельности с учетом сфер деятельности предприятия (организации, специалиста).

#### **Задачи дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций»:**

- сформировать у обучающихся системы теоретических знаний, необходимых для глубокого понимания сути и особенностей конкретных инструментов маркетинговых коммуникаций и способов их интеграции в целостную и эффективную программу продвижения.

- выработать у обучающихся комплекс умений, необходимых для разработки решений в области рекламы, личных продаж, стимулирования сбыта, PR, выставочной деятельности и других конкретных инструментов интегрированных коммуникаций.

- получить представления о целях и стратегии маркетинговых коммуникаций, об эффективности и ответственности маркетинговых коммуникаций перед обществом.

- ознакомить с тенденциями развития маркетинговых коммуникаций в общемировой среде.

- получить навыки разработки комплекса маркетинговых коммуникаций и планирования кампании.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Основы интегрированных коммуникаций» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

Изучение дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций» способствует проведению самостоятельных исследований, формированию навыков планирования научных исследований.

Для успешного освоения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции обучающегося, полученные по следующим дисциплинам: «Основы теории коммуникаций»; «Социология массовых коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций», «Основы маркетинга».

#### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

**ОПК-4** – способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

**ПК-1** – способность выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий, разрабатывать коммуникационную политику, планировать и реализовывать коммуникационные проекты и мероприятия, выбирать средства и каналы коммуникации.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** основные модели маркетинговых коммуникаций, их специфику, главные достоинства системы ИМК; основы управления межличностными и неличными коммуникациями.

**уметь:** реализовывать профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, социальной сфере, политике, экономике, производстве, торговле, науке, культуре, спорте; устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами.

**владеть:** базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы; навыками координации деятельности компании, основываясь на теории коммуникаций.

Общая трудоемкость дисциплины составляет три (3) зачётные единицы (108 часов).

4. **Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

## «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА»

### Б1.О.23

**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

#### 1. Цели и задачи дисциплины

**Целью дисциплины** является формирование теоретических знаний в функциональных областях маркетинга и развитие практических навыков эффективного использования маркетинговых технологий и инструментов в управленческой деятельности.

#### **Задачи дисциплины «Основы маркетинга»:**

- сформировать понимание сущности, принципов, функций и задач маркетинга, а также направлений и методов маркетинговой деятельности;
- ознакомить с основными концепциями маркетинга;

- сформировать знание разработки и реализации маркетинговой стратегии, комплекса и программ маркетинга (ценовой, товарной, коммуникационной, сбытовой политики);

- научить пользоваться современными информационными технологиями в реализации маркетинговых стратегий по различным типам товаров;

- научить проводить маркетинговые исследования, а также анализировать рыночные возможности, сегментировать и выбирать целевые рынки;

- ознакомить с практическими технологиями разработки новых продуктов, товаров и услуг, технологиями бренд-менеджмента;

- сформировать знания и практические навыки управления маркетинговыми коммуникациями, т.е. рекламными компаниями, публик рилейшнз, стимулированием сбыта и личными продажами;

- сформировать знание особенностей и методов международного маркетинга.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Основы маркетинга» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

Изучение дисциплины «Основы маркетинга» способствует формированию у будущих специалистов социально-экономических основ маркетинговой деятельности, рассмотрению роли маркетинга в сфере государственного и муниципального управления, изучению основного инструментария маркетинга, получению и анализу маркетинговой информации для принятия управленческих решений.

Для успешного освоения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции обучающегося, полученные по следующим дисциплинам: «Основы интегрированных коммуникаций», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Проектирование рекламных кампаний».

## **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

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

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** сущность маркетинга, содержание его функций, процедур и современные тенденции развития; систему маркетинга, особенности

продвижения услуг; основные принципы и методы формирования товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики организации.

**уметь:** анализировать внутреннюю и внешнюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию; осуществлять анализ данных, необходимых для решения поставленных маркетинговых задач; проводить исследование рынка и осуществлять продвижение услуг.

**владеть:** навыками проведения ситуационного анализа; методами проведения маркетинговых исследований и анализу потребительских предпочтений.

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

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

## **«МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ»**

### **Б1.О.24**

**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Целью дисциплины** является формирование знаний, умений и навыков исследований в маркетинговой деятельности коммерческих предприятий и социальной сферы; освоение методологии анализа существующих ситуаций, выбора успешной стратегии развития организации.

**Задачи дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ»:**

- раскрыть сущность, основные категории, типы и роль исследований в маркетинговой деятельности организации;

- проанализировать методологию исследования, описать основные методы исследования;

- сформировать представления о прикладных методиках маркетингового исследования;

- раскрыть особенности ситуационного анализа и прогнозирования в маркетинговом исследовании.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

Изучение дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный

анализ» способствует формированию у будущих специалистов базовых теоретических знаний и практических навыков по основам теории и методологии проведения маркетинговых исследований и производства и на их основе новых знаний о рынках и субъектах рыночной деятельности; применению методов сбора вторичных и первичных данных (т.е. проведению кабинетных и полевых исследований), оформлению и обобщению собранных данных, их анализу и формулированию на этой основе новых знаний о складывающихся на рынках ситуациях; освоению студентами методов разработки и обоснования управленческих решений на основе результатов маркетинговых исследований и анализа ситуаций.

Для успешного освоения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции обучающегося, полученные по следующим дисциплинам: «Социология», «Психология», «Культурология», «Русский язык и культура речи», «Статистика», «Основы теории коммуникации», «Социология массовых коммуникаций», «Компьютерные технологии и информатика», «Основы маркетинга».

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

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

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

**ПК-9** – способность проводить маркетинговые исследования, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** роль информационно-аналитической функции в сфере связей с общественностью и в области рекламы; виды информации и требования к маркетинговой информации; основные понятия маркетинговых исследований и анализа маркетинговой информации; типы маркетинговых исследований; алгоритм разработки проекта (плана) маркетингового исследования и ситуационного анализа; способы расчета основных рыночных показателей; требования к подготовке информационно-аналитических материалов.

**уметь:** выполнять аналитические и организационные работы при подготовке проекта (плана) маркетингового исследования и ситуационного анализа; обоснованно подбирать методы получения маркетинговой информации; разрабатывать основные инструменты для сбора маркетинговой информации; обрабатывать и анализировать результаты проведенных исследований и готовить информационно-аналитические материалы.

**владеть:** навыками использования основных инструментов сбора маркетинговой информации; навыками обработки и систематизации данных маркетингового исследования; навыками использования основных инструментов ситуационного анализа маркетинговой информации.

Общая трудоемкость дисциплины составляет четыре (4) зачётные единицы (144 часа).

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

## **«МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ»**

### **Б1.О.25**

**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Целью дисциплины** является знакомство обучающихся с основными понятиями медиапланирования и формирование у обучающихся базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки медиапланов рекламных и PR-кампаний.

#### **Задачи дисциплины «Медиапланирование»:**

- раскрыть освоение теоретических и практических аспектов медиапланирования;
- изучить основные функции и принципы формирования медиаплана;
- получить навыки проведения аналитической деятельности в области медиаисследований и медиаизмерений;
- получить системное представление о концепциях оценки эффективности рекламы;
- изучить технологии оценки эффективности рекламы;
- освоить методы разработки медиаплана.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Медиапланирование» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01– «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

Изучение дисциплины «Медиапланирование» способствует становлению профессиональной подготовки и качеств, способности и готовности, прежде всего, к профессиональному пониманию терминологии и характеристик, применяемых при планировании рекламной компании в СМИ; правильной оценке целевой аудитории рекламного сообщения; профессиональному выбору методов и каналов рекламной коммуникации.



Для успешного освоения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции обучающегося, полученные по следующим дисциплинам: «Теория и практика массовой информации», «Основы маркетинга», «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)», «Основы рекламы и PR», «Основы менеджмента».

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

**ОПК-6** – способность использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

**ПК-6** – способность использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе, интернет-технологии и специализированные программные продукты в процессе разработки и реализации коммуникационной кампании.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** критерии выбора каналов распространения рекламы и этапы и методы работы в ходе медиапланирования; важнейшие сравнительные характеристики основных каналов распространения рекламы и понимать их значение при составлении медиапланов.

**уметь:** анализировать основные параметры медиапланирования, правильно использовать экономические параметры медиапланирования, добиваться планирования эффективных рекламных кампаний; планировать конкретные рекламные и PR-кампании и создавать медиапланы конкретных рекламных кампаний.

**владеть:** навыками создания медиапланов рекламных и PR-кампаний; навыками, обеспечивающими возможность участия в работе российских и международных рекламных и PR-компаний.

Общая трудоемкость дисциплины составляет четыре (4) зачётные единицы (144 часа).

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

## **«КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»**

### **Б1.О.26**

**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Целью дисциплины** является формирование у обучающихся целостного представления о сущности коммуникационного менеджмента как универсальной деятельности по изучению, проектированию, формированию и развитию коммуникационных систем (организации, проекта, бренда, личности и т.д.), методологии и методике проведения консалтинговых исследований в сфере управления коммуникациями.

По результатам освоения дисциплины обучающийся способен решать следующие профессиональные задачи:

- знать основные этапы и виды коммуникаций, структуру процесса коммуникации, функции и принципы общения, основные законы психологии;

- знать основные виды коммуникационного воздействия в устной и письменной формах;

- владеть приёмами общения и контролирования коммуникации, навыками налаживания внешних и внутренних коммуникаций в организации.

#### **Задачи дисциплины «Коммуникационный менеджмент»:**

- определение места, роли и функций коммуникационного менеджмента в структуре современного научного знания и практической деятельности;

- изучение методик коммуникационного менеджмента и технологии проведения коммуникационного исследования;

- рассмотрение специфических моделей взаимодействий между субъектами коммуникаций;

- выявление значимых агентов внешней среды и разработка сообщений с целью формирования позитивного мнения об организации;

- поиск эффективных методов разрешения коммуникационных конфликтов;

- исследование особенностей формирования имиджа менеджера и корпорации (организации);

- разработка рекомендаций, способствующих решению сложных задач, стоящих перед современными руководителями в разных сферах коммуникационной деятельности.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Коммуникационный менеджмент» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

Изучение дисциплины «Коммуникационный менеджмент» способствует формированию у обучающихся знаний о специфике коммуникационной деятельности специалиста и формированию практических навыков управления коммуникациями современного предприятия.

Для успешного освоения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции обучающегося, полученные по следующим дисциплинам: «Философия», «Социология», «Психология», «Политология», «Культурология».

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

**УК-6** – способность управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основы принципов образования в течение всей жизни.

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

**ПК-3** – способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование, оперативный контроль рекламной деятельности, деятельности по связям с общественностью.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** особенности процесса коммуникации; основные понятия и модели коммуникации; приемы создания корпоративных коммуникаций; психологию коммуникаций и социально-психологическое влияние; особенности общественных коммуникаций, формирования общественного мнения, имиджа; функции и специфику воздействия массовых коммуникаций; коммуникационные системы и коммуникационные технологии; правовые и этические основы коммуникационного управления; организационные основы управления коммуникациями.

**уметь:** разрабатывать коммуникационные проекты, подбирать необходимые методы и средства; определять коммуникационную структуру организации; анализировать и осмысливать проводимую коммуникационную политику; управлять PR-акциями; анализировать неформальные коммуникации; применять средства корпоративных коммуникаций.

**владеть:** технико-технологическими носителями информации; специальными информационными программами; навыками использования полученных знаний в профессиональной деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет четыре (4) зачётные единицы (144 часа).

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

## **«СТИЛИСТИКА И ЛИТЕРАТУРНОЕ РЕДАКТИРОВАНИЕ»**

### **Б1.О.27**

Учебная дисциплина предназначена для студентов, обучающихся по ОПОП направления 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Целью** изучения дисциплины «Стилистика и литературное редактирование» являются сформировать у обучающихся умения и навыки создавать и редактировать эффективно воздействующие на аудиторию текстовые рекламные и PR-материалы путем соединения лингвистического и коммуникативного аспектов анализа текста.

Основными задачами дисциплины являются:

- сформировать умения и навыки стилистического анализа, способствовать развитию способности распознавать и устранять ошибки, мешающие адекватно воспринимать текст в рекламе и связях с общественностью;

- научить обучающихся создавать рекламные и PR-тексты с учетом их жанровой специфики;

- развить навыки создания эффективных в маркетинговом и коммуникативном отношении текстов, рассчитанных на различные аудитории и отличающихся друг от друга по многим параметрам (тексты внутреннего PR; тексты, рассчитанные на массовую аудиторию, тексты, предназначенные для СМИ, тексты рекламного характера);

- выработать у обучающихся навыки литературного редактирования текстов маркетинговых коммуникаций в рекламе и связях с общественностью.

**Задачи** изучения дисциплины связаны с задачами профессиональной деятельности и соответствуют требованиям ОП ВО к знаниям, умениям и навыкам студента, обучающего по образовательной программе высшего образования «Реклама и связи с общественностью» (бакалавриат). Реализация обозначенных задач призвана достичь поставленной цели в соответствии с требованиями ОП ВО посредством овладения необходимыми знаниями и профессионально-личностными компетентностями в области информативно-убеждающих технологий в сфере профессиональных интересов.

### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Стилистика и литературное редактирование» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и входит в обязательную часть блока 1 «Дисциплины (модули)».

Лекции и практические занятия строятся с опорой на изученные курсы, читаемого параллельно с данной дисциплиной, связанные с общелингвистической подготовкой обучающихся: «Русский язык и культура речи», а также, читаемого позже, специального курса «Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью». Межпредметные связи с этими теоретическими и практическими курсами дают возможность представить

стройную систему формирования знаний, умений и навыков работы с вербальной частью материалов публицистики, рекламы и публичных рилейшинз.

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

**ПК-8** Способен разрабатывать, организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции с использованием традиционных и современных каналов рекламной коммуникации.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** основы стилистики рекламы и текстовых материалов в связях с общественностью, а также основы теории литературного редактирования. Для этого необходимо: 1) освоение теоретической базы, принципов и методов создания текстов в рекламе и связях с общественностью; 2) понимание основ теории текста как центральной единицы массовых коммуникаций и своеобразие стилистики публицистических материалов; 3) знание комплексного подхода к созданию текста в PR как одному из главных инструментов имиджевого строительства и коммерческого продвижения базисного субъекта; 4) освоение суммы базовых психологических знаний из области речевого воздействия на различные сегменты целевой общественности; 5) знание места аргументационной структуры рекламного и PR текстов в системе речевого воздействия на целевую аудиторию; 6) освоение современной концепций коммуникативистики, в частности теории медиатекста и дискурсного подхода к созданию текстов в рекламе и PR;

**уметь:** проводить имиджевую идентификацию бренда с помощью вербального инструментария (стилистика текстовых материалов рекламы и PR); совершать мотивированный выбор модели речевого воздействия на целевую общественность при помощи специфических особенностей PR текстов разных жанров; производить моделирование системы формально-содержательных элементов текста в различных типах рекламы и связей с общественностью, влияющих на эффективность речевого воздействия; использовать алгоритма создания рекламного и PR-текста различных типов, с различными целями и для различных аудиторий и разнообразные технические приемы, служащие цели создания эффективного в маркетинговом и коммуникативном отношении рекламного и PR-текста;

**владеть:** способностью к письменной и устной вербальной коммуникации с аудиторией в соответствии с целями и задачами коммерческого продвижения в связях с общественностью; способностью самостоятельно пополнять приобретенные знания в области информативно-убеждающих видов вербальной коммуникации в рекламе и PR с использованием инновационных технологий; навыком конструирования

монологических и диалогических типов рекламных и PR-текстов; широким спектром креативных приемов и техник создания текста

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётные единицы, 108 часов. Вид промежуточной аттестации – зачёт.

## **«GR-ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ БИЗНЕСА И ВЛАСТИ»**

### **Б1.О.28**

**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

Цель – знакомство обучающихся с базовыми принципами и моделями взаимодействия бизнеса и государства, а также основными проблемами, возникающими в процессе такого взаимодействия.

По результатам освоения дисциплины обучающийся способен решать следующие профессиональные задачи:

- знать методологию взаимодействия с органами государственной власти и анализа деятельности органов государственной власти с точки зрения влияния на коммерческую деятельность компаний;

- уметь осуществлять анализ активности и деятельности органов государственной власти с точки зрения оценки возможностей и последствий для коммерческих компаний;

- уметь разрабатывать стратегии взаимодействия с органами государственной власти.

#### **Задачи дисциплины «GR-взаимодействие бизнеса и власти»:**

- обеспечить системные теоретические знания бакалавров в области партнерства властных и предпринимательских структур;

- разъяснить основы организации и функционирования системы взаимодействия властных структур и бизнеса в современных условиях России;

- рассмотреть проблемы становления системы партнерства властных и предпринимательских структур;

- определить роль сотрудничества властных структур и бизнеса в современном развитии России;

- охарактеризовать правовые основы взаимодействия органов государственной власти и структур бизнеса, а также основные направления их совершенствования;

- изучить формирование и развитие государственной и хозяйственной элит общества;

- определить особенности зарубежного опыта взаимодействия власти и бизнеса, выявить возможности его использования в России с учетом национальной специфики;

- доказать объективную необходимость сотрудничества бизнеса с органами власти;

- выявить резервы повышения качества и результативности взаимодействия органов государственной власти со структурами бизнеса, возможности приведения их в действие.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «GR-взаимодействие бизнеса и власти» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

Изучение дисциплины «GR-взаимодействие бизнеса и власти» способствует формированию у обучающихся представления об основах и освоение методологии взаимодействия с органами государственной власти, принципах построения отношений между коммерческими и некоммерческими организациями и органами государственной власти.

Для успешного освоения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции обучающегося, полученные по следующим дисциплинам: «Введение в профессию», «Риторика», «Культурология».

## **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

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

**ПК-5** – способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** содержание принципов и особенности государственного управления, принципы осуществления GR-деятельности в сфере принятия решений.

**уметь:** разрабатывать и оценивать варианты государственных решений, применять GR-технологии и осуществлять политическую коммуникацию.

**владеть:** основами планирования государственной политики, разработки и принятия государственных решений, политической коммуникации политического консалтинга в законодательной сфере, навыками применения GR-технологий.

Общая трудоемкость дисциплины составляет три (3) зачётные единицы (108 часов).

4. **Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

## **«ВВЕДЕНИЕ В ПРОФЕССИЮ»**

### **Б1.О.29**

**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Целью дисциплины** является формирование у обучающихся базовых представлений о роли рекламы и связей с общественностью (СО) в современном гражданском обществе и рыночной экономике, важнейших этапах истории зарождения, становления и развития рекламы и СО как профессии, науки и отрасли бизнеса в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению подготовки.

По результатам освоения дисциплины обучающийся способен решать следующие профессиональные задачи:

- знать цели и задачи, специфические особенности профессиональной деятельности;
- уметь использовать понятия и категории профессиональной деятельности в анализе и оценке феноменов и артефактов рекламы и связей с общественностью;
- уметь выявлять специфические особенности и современные технологии деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью.

#### **Задачи дисциплины «Введение в профессию»:**

- изучить сущность основных определений и понятий сферы рекламы и связей с общественностью;
- оценить и понять современное состояние рекламной отрасли;
- познакомить обучающихся с различными видами рекламных и информационных продуктов и процессов;
- сформировать представление об основных участниках рекламного процесса и их функциональных ролях.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Введение в профессию» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

Изучение дисциплины «Введение в профессию» способствует формированию у обучающихся основных представлений о профессиональной деятельности работника в сфере рекламы и СО, а также выработке навыков



анализа различных явлений, являющихся объектами профессиональной рекламной и PR деятельности.

Для успешного освоения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции обучающегося, полученные по следующим дисциплинам: «История», «Риторика».

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

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

**ПК-7** – способность вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)..

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** базовые основы рекламы и связей с общественностью как науки, профессии и отрасли бизнеса; цели и задачи профессиональной деятельности; особенности современного этапа развития этой области профессиональной деятельности.

**уметь:** анализировать роли и функции рекламы и «публик рилейшнз» в коммерческих структурах, государственных учреждениях и общественно-политических организациях; анализировать рекламные и PR-кампании на предмет их соответствия основным этическим нормам рекламной и PR-деятельности.

**владеть:** приемами, методами и принципами современной рекламы и «публик рилейшнз», профессиональными стандартами PR-специалистов и специалистов в области рекламы; навыками классифицировать рекламные и PR-материалы по видам, типам, технологиям создания.

Общая трудоемкость дисциплины составляет две (2) зачётные единицы (72 часа).

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают зачёт.

## **«ОСНОВЫ РЕКЛАМЫ»**

### **Б1.О.30**

**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Целью дисциплины** является изучение теоретических основ рекламы и связей с общественностью и формирование компетенций, необходимых для практической деятельности с использованием всего многообразия коммуникативных инструментов и тактик.

#### **Задачи дисциплины «Основы рекламы»:**

- изучить функции, виды, средства рекламы, рекламного менеджмента в условиях формирования и развития рынка в России;
- изучить функции, институты и технологии публичных рилейшнз;
- сформировать у обучающихся профессиональные взгляды на рекламную деятельность;
- изучить теоретические основы рекламного дела как научной и учебной дисциплины;
- выработать представления о современной рекламной индустрии, основных субъектах рекламного рынка, профессиональных обязанностях работников рекламных агентств и СМИ;
- проанализировать стратегические и тактические действия, связанные с организацией и управлением рекламной деятельностью, достижением высокой результативности рекламных кампаний;
- познакомиться с практическими формами и методами организации и реализации рекламных кампаний;
- сформировать у обучающихся язык профессионального общения через освоение терминов и понятий в сфере маркетинговых коммуникаций.

### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Основы рекламы» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

Успешное освоение дисциплины «Основы рекламы» позволит профессионалу в сфере рекламы и связей с общественностью принимать участие в разработке и реализации рекламной и информационной политики своей организации, создавать и редактировать рекламные материалы, защищать имидж и репутацию фирмы, учреждения, как в обычном режиме деятельности, так и в кризисных ситуациях.

Для успешного освоения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции обучающегося, полученные по следующим дисциплинам: «Основы теории коммуникации», «Медиапланирование», «Введение в профессию», «Культурология».

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

**ОПК-3** – способность использовать многообразие достижений в отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктах.

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** сущностные характеристики рекламы, ее предметные и видовые модификации, специфику ее взаимодействия со СМИ; цели и функции рекламы как организационной подсистемы; технологии и инструменты рекламной деятельности; специфику работы с различными целевыми аудиториями; особенности построения коммуникаций для различных субъектов (руководителя, компании в целом, отдельных брендов).

**уметь:** оценивать эффективность реализуемых программ, используя различные инструменты; проводить аудит коммуникативной политики, осуществляемой организацией; продумывать концепцию и проводить маркетинговые исследования (в том числе, и общественного мнения), организовывать опросы лидеров мнений; проводить мониторинг и контент-анализ открытых источников информации (печатных СМИ, Интернет-ресурсов и т.п.).

**владеть:** навыками оценки эффективности рекламной компании; навыками классификации рекламы.

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

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

## **«ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОТДЕЛОВ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

### **Б1.О.31**

**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Целью дисциплины** является освоение обучающимися системы научно-практических знаний, умений и компетенций в области связей с общественностью и реализация их в своей профессиональной деятельности, ознакомление обучающихся с современными принципами организации работы отдела рекламы и связей с общественностью в бизнес-структуре, в некоммерческой общественной организации, госструктуре.

**Задачи дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью»:**

- изучить на конкретных примерах из современной жизни, оценить и понять, как работает отдел рекламы и связей с общественностью в структуре организации;

- изучить, как готовится годовой план работы, планируется бюджет подразделения;

- изучить эффективные технологии управления персоналом отдела рекламы и связей с общественностью.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

Знания, полученные в ходе изучения дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», являются необходимыми для выполнения профессиональных задач специалиста по связям с общественностью по созданию эффективной коммуникационной инфраструктуры предприятия (организации), обеспечения внутренней и внешней коммуникации. Практические навыки, получаемые в ходе изучения дисциплины, направлены на овладение современными технологиями планирования, подготовки и проведения коммуникационных мероприятий, а, следовательно, повышения имиджа предприятия (организации), продвижения товара или услуги, формирования лояльности населения к решениям государственных органов.

Для успешного освоения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции обучающегося, полученные по следующим дисциплинам: «Основы теории коммуникаций», «Основы рекламы и PR», «Основы менеджмента», «Основы маркетинга».

## **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

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

**ОПК-4** – способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

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

**ПК-3** – способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование, оперативный контроль рекламной деятельности, деятельности по связям с общественностью.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** особенности организации работы отдела по связям с общественностью; место отдела в системе корпоративного менеджмента; условия, в которых осуществляется деятельность с точки зрения права и этических норм; принципы построения структуры отдела рекламы и СО в организации.

**уметь:** разработать структуру отдела; распределить функциональные обязанности в отделе; организовать работу отдела; использовать профессиональные знания в практической работе отдела по рекламе и СО.

**владеть:** основными инструментами планирования и бюджетирования деятельности отдела; методами и критериями оценки результатов деятельности отдела; навыками применения информационных технологий в производственном процессе; современным инструментарием рекламной деятельности и деятельности по СО.

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

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

## **«КОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ»**

### **Б1.В.ДВ.08.02**

**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Цель** обучения по дисциплине «Корпоративные коммуникации» – сформировать у обучающихся систему знаний в области аналитических и организационных работ при подготовке концепций, планов, графиков и реализации внутрифирменных мероприятий; представлений о внутрикорпоративных каналах и инструментах коммуникации, таких как корпоративное радио, телевидение, корпоративные печатные СМИ.

**Задачи** изучения дисциплины «Корпоративные коммуникации»: ознакомление обучающихся с методиками, алгоритмами, процедурами и особенностями планирования, подготовкой и проведением внутрифирменных коммуникационных мероприятий; с влиянием внутрикорпоративных мероприятий на формирование корпоративной культуры; внутрифирменных коммуникационных каналов: корпоративная газета, корпоративное радио, и способах их использования; о формировании

корпоративной идентичности, корпоративной лояльности; формирование навыков разработки и внедрения программ внутрикорпоративных PR.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Корпоративные коммуникации» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

Теоретический материал дисциплины «Корпоративные коммуникации» тесно переплетается с практической направленностью, что выражается не только в наличии практических занятий, а также в использовании при чтении лекций результатов эмпирических исследований, проведенных различными научными организациями и исследовательскими творческими коллективами. Лекционный материал иллюстрирует основные теоретико-методологические положения дисциплины, снабжен примерами реального использования методов и концепций массовой коммуникации на практике.

Для успешного освоения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции обучающегося, полученные по следующим дисциплинам: «Основы теории коммуникации» и «Теория и практика массовой информации».

## **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

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

**ПК-4** – способность осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.

**ПК-5** – способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** основы планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий; специфику проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; основные функции рекламы, используемые в продвижении внутрикорпоративного имиджа; особенности функционала менеджера по внутрикорпоративным PR, связанные с формированием фирменного стиля компании и его составляющих (логотип, девиз, слоган,

гимн, корпоративная легенда, корпоративная мифология); специфику, принципы, методики, инструменты планирования, организации, контроля и оценки эффективности внутрикорпоративных коммуникационных мероприятий с учетом правовых, этических и технологических норм работы PR-менеджера в организациях различного типа; методики, алгоритмы, процедуры и особенности планирования, подготовки и проведения внутрифирменных коммуникационных мероприятий; влияние внутрикорпоративных мероприятий на формирование корпоративной культуры.

**уметь:** планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия; проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия; ориентироваться в базовых функциях менеджера по внутрикорпоративным PR; применять рекламные функции при организации внутрифирменных коммуникационных каналов: корпоративная газета, корпоративное радио, создание видео-контента, в т.ч. корпоративного фильма; выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации внутрифирменных мероприятий; структурировать свою работу в соответствии с PR-программой и информационно-коммуникативными стратегиями внутри организации; четко формулировать план PR-мероприятия для внутренней общественности (или с привлечением внутренней общественности) и профессионально оценивать результат проведенного внутрифирменного коммуникационного мероприятия.

**владеть:** навыками планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий; способностью проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия; навыками осуществления профессиональных функций в области рекламы в рамках реализации управленческих функций при решении задач внутрифирменного PR: разработка коммуникативных каналов, формирование корпоративной идентичности, корпоративной лояльности; традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под контролем внутрикорпоративные коммуникационные мероприятия для решения маркетинговых и коммуникационных задач коммерческих структур; методами и приемами планирования и осуществления эффективных внутрифирменных мероприятий (благотворительных, спортивных, развлекательных, организационных, обучающих и проч.), оценки их результатов в соответствии с целями достижения благоприятного климата в коллективе фирмы.

Общая трудоемкость дисциплины составляет две (2) зачётные единицы (72 часа).

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают зачёт.

## «ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ»

## **Б1.О.33**

Учебная дисциплина предназначена для студентов, обучающихся по ОПОП направления 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

### **1. Цели и задачи дисциплины**

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

**Задачи** дисциплины:

- понимание социальной значимости физической культуры и спорта, их роли в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности;
- знание научно - биологических, педагогических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;
- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре и спорту, установки на здоровый стиль жизни;
- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья;
- приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей;
- создание основы для творческого и методически - обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений.

### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Физическая культура и спорт» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и входит в обязательную часть блока 1 «Дисциплины (модули)».

В высших учебных заведениях «Физическая культура и спорт» представлена как учебная дисциплина и важнейший компонент целостного развития личности. Являясь компонентом общей культуры, психофизического становления и профессиональной подготовки студента в течение всего периода обучения «Физическая культура и спорт» входит в число обязательных (базовых) дисциплин.

Свои образовательные и развивающие функции «Физическая культура и спорт» наиболее полно осуществляет в целенаправленном педагогическом процессе физического воспитания, который опирается на основные общедидактические принципы: сознательности, наглядности, доступности, систематичности и динамичности.

Дисциплина «Физическая культура спорт» тесно связана не только с физическим развитием и совершенствованием функциональных систем организма молодого человека, но и формированием средствами физической



культуры и спорта жизненно необходимых психических качеств, свойств и черт личности.

Все это в целом находит свое отражение в психофизической надежности будущего бакалавра, в необходимом уровне и устойчивости его профессиональной работоспособности.

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** научно-практические основы физической культуры, спорта и здорового образа жизни.

**уметь:** творчески использовать средства и методы физического воспитания и спорта для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни.

**владеть:** средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают зачёт.

## **«ИВЕНТ-КОММУНИКАЦИИ»**

### **Б1.В.01**

**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Целями** освоения дисциплины являются:

- формирование у обучающихся базовых теоретических и практических знаний, необходимых для осуществления мер, связанных с ивент-коммуникациями;

- развитие интереса к области ивент-коммуникаций, связанной с управлением процессом организации мероприятия, его продвижением в публичном пространстве, а также стимулирование творческого подхода к работе в этой области;

- формирование знаний и умений пользования современным инструментария организации мероприятий для различных сфер общественной жизни.

**Задачи освоения дисциплины:**

- ознакомление с понятиями «ивент» и «ивент-проект»;
- раскрытие всего процесса создания мероприятия/ивент-проекта от идеи до реализации;
- получение практических навыков творческого мышления;
- демонстрация способов и методики применения различных технологий при планировании и реализации ивент-проектов;
- понимание логики и принципов реализации любого ивент-проекта;
- владение знаниями и инструментами для создания и работы документации ивент-проекта;
- изучение новых технологий и тенденций в ивент-индустрии;
- получение практических навыков работы в команде при планировании и реализации проекта.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Ивент-коммуникации» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

В результате изучения дисциплины у обучающихся должно сформироваться представление о сущности ивент-коммуникациях, целях, задачах, инструментах, а также приобретения навыков использования опыта ивент-коммуникаций в деятельности российских организаций, сфер деятельности, отдельных личностей, овладения технологией прогнозирования, планирования и организации реализации мероприятий по реализации стратегии ивент-коммуникаций как в профессиональной, так и в социальной сфере.

Для успешного освоения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции обучающегося, полученные по следующим дисциплинам: «Основы теории коммуникации» и «Теория и практика массовой информации», «Корпоративные коммуникации».

## **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

**ПК-6** – способность использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе, интернет-технологии и специализированные программные продукты в процессе разработки и реализации коммуникационной кампании.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** ключевые понятия, цели и задачи ивент-коммуникаций; способы планирования, продвижения, логистики мероприятий в различных сферах, в том числе, международной;

**уметь:** дифференцировать понятия «мероприятие» и «событие», анализировать риски и ошибки в организации событий, самостоятельно управлять процессом организации события; работать со специализированными web-приложениями, позволяющими эффективно управлять событием; проводить анализ эффективности события; проектировать событие (уметь составлять концепцию мероприятия, стратегический план мероприятия, а также ряд других планов, в том числе, план продвижения, план фандрайзинговой деятельности и др.).

**владеть:** аналитическими и прогностическими навыками, позволяющими определять тренды в отечественной и мировой индустрии событий и на их основе проектировать мероприятия; исследовательскими навыками по оценке и анализу мероприятия или события (до и после его проведения), лидерскими и управленческими навыками при работе с персоналом и волонтерами, задействованными в мероприятии; техническими навыками использования специализированных web-сервисов и компьютерных программ, необходимых для ивент-коммуникаций.

Общая трудоемкость дисциплины составляет три (3) зачётные единицы (108 часов).

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают зачёт.

## **«ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ»**

### **Б1.В.02**

**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Целями** освоения дисциплины «Интернет-маркетинг» являются:

- формирование у обучающихся базовых теоретических и практических знаний, необходимых для осуществления анализа, бизнес планирования и продвижения Интернет-проектов;

- развитие интереса к Интернет-маркетингу как всеобъемлющей дисциплине, охватывающей все этапы жизни любого Интернет-проекта;

- формирование знаний и умений пользования современного инструментария планирования, контроля и развития Интернет-проектов.

**Задачи дисциплины:**

- понимание основных составляющих комплекса маркетинга в сети Интернет;

- теоретическое освоение обучающимися вопросов разработки маркетинговой стратегии, планирования и контроля в сети Интернет;
- приобретение практических навыков ведения рекламной кампании в сети Интернет.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Интернет-маркетинг» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

Программа дисциплины основана на изучении, в первую очередь, практического опыта Интернет-маркетинга как в сфере сбора аналитических данных (анализ рынка, конкуренты, риски), так и в части применения навыков для монетизации и развития проектов.

Для успешного освоения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции обучающегося, полученные по следующим дисциплинам: «Основы теории коммуникации», «Теория и практика массовой информации», «Психология массовых коммуникаций».

## **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

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

**ПК-6** – способность использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты в процессе разработки и реализации коммуникационной кампании.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** основные принципы и методы Интернет-маркетинга; ключевые понятия, цели и задачи Интернет-маркетинга; специфику работы проектов в Интернет-пространстве; характерные ошибки, которых следует избегать в Интернет-проектах.

**уметь:** самостоятельно и правильно выбирать инструменты маркетинговой деятельности для ведения эффективной рекламной кампании предприятий в сети Интернет; составлять и описывать весь цикл жизни Интернет-проекта, начиная от зарождения идеи и до угасания; проводить анализ любого сегмента Интернет-бизнеса, давать оценки эффективности, монетизации, работы с аудиторией; подготавливать аналитические отчеты по всем направлениям жизнедеятельности проекта (анализ рынка, оценка конкуренции, способы продвижения, подходы в работе с аудиторией, количественные показатели, источники финансирования).

**владеть:** навыками сбора, обработки, анализа и интерпретации необходимых данных для эффективной маркетинговой деятельности в глобальной сети Интернет; навыками использования современных инструментов, применяемых при проведении комплекса работ по Интернет-маркетингу.

Общая трудоемкость дисциплины составляет три (3) зачётные единицы (108 часов).

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

## **«КОММУНИКАЦИИ В КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

### **Б1.В.03**

**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Целью** освоения дисциплины является овладение обучающимися системой методологических, организационных и финансово-экономических знаний и действий, направленных на совершенствование процессов купли-продажи товаров и услуг для удовлетворения спроса потребителей и получения прибыли от реализации товаров.

#### **Задачи дисциплины:**

- изучение основ коммерческой деятельности применительно к внутренней и внешней торговле;
- разработка методологии исследования товарных рынков в коммерческой деятельности;
- освоение технологии проведения коммерческих переговоров, заключения коммерческих сделок и контрактов купли-продажи, их исполнения во внутренней и внешней торговле;
- выявление особенностей организации и техники проведения коммерческих операций предприятиями в оптовой, розничной торговле, торгово-посредническом звене, на внутреннем и внешнем рынках;
- ознакомление государственным и международным регулированием коммерческой и предпринимательской деятельности;
- применение на практике сведений о взаимосвязях процессов развития общественной экономики и предпринимательства, объективно оценивать современные результаты предпринимательской деятельности;
- нацеливание на развитие предпринимательского мышления и практическую реализацию полученных знаний.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Коммуникации в коммерческой деятельности»

предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

Знания и навыки по дисциплине «Коммуникации в коммерческой деятельности» способствуют развитию необходимых для современного человека и профессионала качественных коммуникативных компетенций.

Для успешного освоения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции обучающегося, полученные по следующим дисциплинам: «Введение в профессию»; «Организация работы отделов рекламы и связи с общественностью», «Основы маркетинга», «Основы менеджмента».

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

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

**ПК-3** – способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование, оперативный контроль рекламной деятельности, деятельности по связям с общественностью.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** основы коммерческой деятельности для решения профессиональных задач предприятия в коммерческой деятельности; процесс формирования хозяйственных связей и управления коммерческой деятельностью предприятия.

**уметь:** анализировать, оценивать и разрабатывать стратегию коммерческой деятельности организации; управлять ассортиментом товаров и системой торгового обслуживания покупателей в торговом предприятии; прогнозировать результаты бизнес-процессов и оценивать эффективность коммерческой деятельности.

**владеть:** аналитическими методами оценки эффективности коммерческой деятельности; инновационными методами, средствами и технологиями организации коммерческих процессов.

Общая трудоемкость дисциплины составляет две (2) зачётные единицы (72 часа).

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают зачёт.

## **«РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ»**

## **Б1.В.04**

**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Целью дисциплины** является ознакомление обучающихся с новыми эффективными идеями и различными технологиями в области развития общественных связей, способами поддержки государственного управления, местного самоуправления, деловой сферы и предпринимательства, реализации отдельных PR-проектов и широкомасштабных программ.

**К задачам данной дисциплины** относятся:

- иметь представление об основных теоретических подходах к определению «паблик рилейшнз», о сущностной природе PR, об основных категориях сферы социальных коммуникаций;
- знать базовые процессы и специфику деятельности в области рекламы и связей с общественностью в социальной сфере.

### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Реклама и связи с общественностью в социальной сфере» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

В результате освоения учебной дисциплины «Реклама и связи с общественностью в социальной сфере» обучающиеся формируют компетенции в области изучения теоретических проблем рекламы, получают знания и умения в области PR (связи с общественностью) применительно к задачам социальной работы.

Для успешного освоения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции обучающегося, полученные по следующим дисциплинам: «Психология», «Основы теории коммуникации» и «Теория и практика массовой информации».

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

**УК-5** – способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философских контекстах.

**ПК-4** – способность осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** понятие, функции, цели и виды рекламы; когнитивные, поведенческие и эмоциональные аспекты рекламного воздействия; основные методы и психологические механизмы воздействия рекламы на поведение аудитории; принципы и технологии ПР; психологические особенности коммуникационного процесса, условия, требования к профессиональной деятельности, психологические особенности и специфику общения медиакommunikатора с аудиторией, приемы использования вербальных и невербальных техник психологического воздействия на массовую аудиторию; методы формирования привлекательного имиджа.

**уметь:** распознавать особенности функционирования познавательных психических процессов, определяющих вовлеченность личности в коммуникационное пространство рекламы; использовать методики оценки психологической эффективности воздействия рекламы выявлять возможные стереотипы потенциальной аудитории, корректировать стереотипы с помощью рекламного воздействия; использовать метод фокус-групп в исследовании рекламных интересов; формировать поведение аудитории под влиянием рекламного воздействия; анализировать влияние медийного канала коммуникации на эффективность массовой коммуникации, обосновывать с психологической точки зрения выбор массмедийного канала для конкретных коммуникативных кампаний, сопоставлять различные результаты исследований медиа аудитории и использовать их в профессиональной деятельности, адекватно оценивать теоретические проблемы массовой коммуникации и Паблик Рилейшенз, использовать их основные положения и приоритеты при решении социальных и профессиональных задач.

**владеть:** понятийно-категориальным аппаратом дисциплины, коммуникативными навыками; навыками критического восприятия информации; психотехнологиями эффективных презентаций; приемами психологического анализа и экспертной оценки рекламных и PR - текстов, приемами адаптации информации для передачи по конкретному каналу коммуникации, основными методами психологического воздействия в массовой коммуникации и «Паблик Рилейшенз», навыками использования традиционных и современных технологий профессиональной деятельности в области массовых коммуникаций, навыками психологического исследования массовых коммуникаций, способностью использовать потенциал социальной инфраструктур.

Общая трудоемкость дисциплины составляет две (2) зачётные единицы (72 часа).

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают зачёт.

## **«БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И АУДИТ»**

### **Б1.В.05**



**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

## **1. Цели и задачи дисциплины**

**Цель** дисциплины – выработка профессиональных навыков отражения хозяйственных операций в среде национальных стандартов бухгалтерского учёта и отчётности и последующего аудита отчётных данных в соответствии с применяемой в Российской Федерации методологией и действующей нормативно-правовой базой.

### **Практические задачи:**

- приобретение навыков по оформлению платежных документов и заполнению налоговых деклараций, а также формированию бухгалтерских проводок по начислению и перечислению налогов в бюджет;
- ознакомление с порядком заполнения учетных регистров, рекомендованных для субъектов хозяйственной деятельности в среде национальных учётных стандартов;
- формирование системы навыков по проведению аудита данных бухгалтерского учёта и отчётности;
- подготовка исходных данных для проведения расчетов экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов;

### **Образовательные задачи:**

- приобретение системы знаний о бухгалтерском учете как одной из функций предпринимательской деятельности;
- формирование навыков по подготовке и представлению бухгалтерской отчетности для внутренних и внешних пользователей, а также для проведения аудита;
- получение представления о месте и роли бухгалтерского учёта и аудита в современной экономике;
- обеспечение полноты и достоверности информации о финансово-хозяйственной деятельности предприятия, учреждения, организации;

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Бухгалтерский учет и аудит» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

Учебный курс опирается на знания, полученные обучающимися на занятиях по дисциплинам «Основы экономических знаний», «Основы финансов» и «Основы права». Курс «Бухгалтерский учет и аудит» носит теоретико-практический характер. Знания, умения и навыки, приобретенные при изучении данного курса, используются как общекультурная база при

изучении других дисциплин (например, «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Организация работы отделов рекламы и связи с общественностью»).

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

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

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

**знать:** действующее налоговое и трудовое законодательство РФ, а также правовые нормы, регулирующие рекламную деятельность.

**уметь:** формулировать задачи, необходимые для правильного ведения бухгалтерского учета в рекламной деятельности.

**владеть:** навыками работы с нормативно-правовой документацией.

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

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

## **«ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

### **Б1.В.06**

**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Целью дисциплины** является обеспечение необходимого уровня компетентности будущих специалистов в области рекламной и PR деятельности в вопросах правового регулирования рекламной деятельности; дать будущим специалистам систематизированную информацию о правовом регулировании рекламной деятельности как о совокупности норм и как о науке; раскрыть особенности, достоинства и недостатки действующей в сфере рекламы правовой регламентации.

**Задачи дисциплины:**

- дать четкое представление о рекламе, специфике рекламной деятельности в современной России;

- предоставить систематизированную информацию о правовом регулировании рекламной деятельности как о совокупности норм и как о науке;

- способствовать освоению содержания и смысла правового регулирования в сфере рекламы;
- раскрыть особенности, достоинства и недостатки действующей в сфере рекламы правовой регламентации;
- показать возможности использования рекламы и рекламных технологий для профессиональных нужд.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Правовое регулирование в рекламе и связях с общественностью» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

Изучение дисциплины «Правовое регулирование в рекламе и связях с общественностью» способствует проведению самостоятельных исследований, формированию навыков планирования научных исследований.

Для успешного освоения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции обучающегося, полученные по следующим дисциплинам: «Экономика»; «Введение в профессию», «Логика», «Основы менеджмента».

## 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

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

**ПК-3** – способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование, оперативный контроль рекламной деятельности, деятельности по связям с общественностью.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** правовые основы своей будущей профессии, основные положения информационного законодательства, применяемые в области рекламы и связей с общественностью; правовые принципы осуществления профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью.

**уметь:** анализировать положения информационного права в сфере рекламного и PR-бизнеса; использовать знания информационного законодательства для осуществления под контролем профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью.

**владеть:** навыком применения информационного законодательства при реализации профессиональных функций в различных профессиональных ситуациях; навыками под контролем осуществлять профессиональные

функции в области рекламы и связей с общественностью с учетом норм информационного законодательства.

Общая трудоемкость дисциплины составляет три (3) зачётные единицы (108 часов).

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

## **«СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

### **Б1.В.07**

**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Целью дисциплины** является ознакомление обучающихся с новыми эффективными идеями и различными технологиями в области развития общественных связей, способами поддержки государственного управления, местного самоуправления, деловой сферы и предпринимательства, реализации отдельных PR-проектов и широкомасштабных программ.

#### **Задачи изучения дисциплины:**

1. сформировать необходимые знания о структуре и основных функциях общественных отношений;

2. заложить основы теоретических представлений об информационно-коммуникативной деятельности и практических навыках по созданию доверительных отношений, позитивного имиджа и благоприятного мнения о репутации организации;

3. объяснить информационные процессы в обществе, дать понимание моделей организационных и коммуникационных связей с внутренней и внешней средой;

4. ознакомить с современными технологиями взаимодействия организаций различного типа со средствами массовой информации (СМИ);

5. вооружить методологией исследования теоретических проблем и практических задач в области связей с общественностью для достижения согласия и цивилизованных отношений между государством, бизнесом и гражданским обществом.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Связи с общественностью» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

В процессе изучения дисциплины у обучающихся формируются представления о понятийном аппарате данной дисциплины, принципах и

закономерностях функционирования сферы связей с общественностью, изучаются особенности реализации современных PR-проектов и программ, их учет при принятии управленческих отношений.

Для успешного освоения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции обучающегося, полученные по следующим дисциплинам: «Основы теории коммуникации», «Теория и практика массовой информации», «Коммуникационный менеджмент».

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

**УК-5** – способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философских контекстах.

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

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** особенности развития связей с общественностью в современной России; правовые и этические основы регулирования PR-деятельности, генезис становления и развития связей с общественностью, систему взаимодействия связей с общественностью и СМИ; взаимосвязь стиля PR-деятельности компании и организационной культуры, основы этики в коммуникации как процесса обмена информацией, сущность бренда и имиджа компании, как элемента организационной культуры.

**уметь:** применять некоторые методы и технологии связей с общественностью в бизнесе и в политике; оперативно находить нужную информацию в нормативно-правовых актах, формировать персональный имидж руководителя и корпоративный имидж организации, вести деловые переговоры, выступать публично; обеспечивать соблюдение этических норм взаимоотношений в организации, оценивать эффективность PR-мероприятия, выбирать и разрабатывать коммуникативные стратегии продвижения характеристик имиджа организации.

**владеть:** навыками работы с внешними организациями, навыками копирайтинга и спичрайтинга; диагностики организационной культуры и умением применять их на практике.

Общая трудоемкость дисциплины составляет две (2) зачётные единицы (72 часа).

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают зачёт.

## **«АДАПТИВНАЯ ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ»**

### **Б1.В.ДВ.01.01**

Учебная дисциплина предназначена для студентов, обучающихся по ОПОП направления 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Цель дисциплины:** освоить обучающимися основы фундаментальных знаний в области теории и организации адаптивной физической культуры, теоретическая подготовка их к педагогической деятельности в этой области с лицами, имеющих отклонения в состоянии здоровья и инвалидами по зрению, слуху, с нарушениями интеллекта, речевых функций, поражением опорно-двигательного аппарата.

#### **Задачи дисциплины:**

- сформировать у обучающихся профессиональное мировоззрение, познавательную активность и интерес к проблемам адаптивной физической культуры, основанные на личностно-ориентированной аксиологической концепции отношения к инвалидам и лицам с отклонениями в состоянии здоровья;

- обеспечить освоение обучающимися основ фундаментальных знаний в области теории и организации адаптивной физической культуры, целостное осмысление профессиональной деятельности, методологических подходов, общих закономерностей данного вида социальной практики;

- сформировать у обучающихся стремление к самостоятельности и творчеству в процессе обучения, приобщить их к научно-исследовательской работе, обеспечить освоение ими опыта творческой деятельности;

- обеспечить освоение обучающимися опыта эмоционально-ценностного отношения к будущей профессиональной деятельности и на этой основе сформировать у них убеждение в необходимости высококвалифицированных специалистов по адаптивной физической культуре для действенной и эффективной реализации процессов комплексной реабилитации инвалидов и лиц с отклонениями в состоянии здоровья и их социальной интеграции.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Физическая культура и спорт» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

Изучение дисциплины «Адаптивная физическая культура» тесно связано с такими дисциплинами, как, анатомия, физиология, биология, биохимия, биомеханика, спортивная медицина и предусматривает освоение системы научно-практических и специальных знаний, необходимых для понимания природных и социальных процессов функционирования физической

культуры, умение их адаптивно, творчески использовать в личностном и профессиональном развитии, самосовершенствовании. Поэтому, при изучении дисциплины следует сосредотачивать свое внимание на обобщающих положениях, которые в концентрированном виде выражают современные научные представления о содержании рассматриваемых вопросов, и освоения понятийного (терминологического) аппарата.

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

**знать:**

- сущность, структуру, функции, принципы, методологические основы адаптивной физической культуры;
- цели и задачи адаптивной физической культуры и её основных видов;
- роль и место в системе комплексной реабилитации и социальной интеграции инвалидов и лиц с отклонениями в состоянии здоровья;
- особенности развития и функционирования организма и воспитания личности у людей с отклонениями в состоянии здоровья и инвалидов;
- особенности содержания занятий и методики подбора физических упражнений для лиц с отклонениями в состоянии здоровья и инвалидов различных нозологических групп;
- показания и противопоказания к занятиям основными видами адаптивной физической культуры;
- особенности обучения двигательным действиям и развития физических качеств, форм построения занятий в разных видах адаптивной физической культуры при проведении занятий с лицами, имеющими отклонения в состоянии здоровья, и инвалидами различных нозологических групп;
- особенности планирования и контроля в адаптивной физической культуре;
- историю становления и развития адаптивной физической культуры в нашей стране и за рубежом;
- обусловленность развития адаптивной физической культуры экономическим и социально-политическим строем общества;
- особенности организации адаптивной физической культуры в нашей стране и мировом сообществе;
- возможности собственного трудоустройства, профессиональной карьеры, повышения квалификации и научного роста.

**уметь:**

- формулировать задачи (коррекционные, компенсаторные, профилактические, оздоровительные, образовательные, воспитательные и

др.), подбирать соответствующие средства и методы их решения, регулировать психофизическую нагрузку в процессе занятий;

- разрабатывать современные технологии проведения занятий во всех видах адаптивной физической культуры: адаптивном физическом воспитании, адаптивном спорте, адаптивной двигательной рекреации, физической реабилитации;

- приобщить людей с отклонениями в состоянии здоровья и инвалидов различных нозологических групп к занятиям адаптивной физической культурой, формировать аксиологическую концепцию жизни у данной категории населения с установкой на здоровый образ жизни, максимальную самореализацию в качестве социально и индивидуально значимого субъекта;

- формулировать задачи, подбирать соответствующие средства и методы интеллектуального, эмоционально-волевого, нравственного, эстетического, экологического и других видов воспитания личности лиц с отклонениями в состоянии здоровья и инвалидов, их социализации в процессе занятий адаптивной физической культурой;

- организовывать и проводить научно-исследовательскую работу, обосновывать проблему, подбирать соответствующие методы исследования, собирать и анализировать научные факты, формулировать выводы.

**владеть:**

способами и методиками проведения занятий по адаптивной физической культуре;

- способами совершенствования профессиональных знаний и умений путем использования возможности информационной среды образовательного учреждения, региона, области, страны;

- различными средствами коммуникации в профессиональной педагогической деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 328 часов. Вид промежуточной аттестации – зачет.

## **«ПРИКЛАДНАЯ ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА»**

**Б1.В.ДВ.01.02**

Учебная дисциплина предназначена для студентов, обучающихся по ОПОП направления 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Цель учебного курса** «Прикладная физическая культура» в высшем обучении достигается посредством педагогического процесса физического воспитания, а именно:

- достижение общей физической подготовленности, формирование физической культуры личности, т.е. потребности и способности методически обоснованно и целенаправленно использовать средства физической культуры для обеспечения профессиональной надежности, что позволит выпускнику успешно работать в избранной сфере деятельности, а также обладать



универсальными и специализированными компетенциями для самоутверждения, социальной мобильности и устойчивости на рынке труда.

**Основными задачами дисциплины являются:**

- содействие гармоничному развитию личности будущего специалиста;
- обеспечение условий для естественного процесса физического развития обучающихся - достижение физической подготовки личности, соответствующей возрастным особенностям обучающихся ;
- сохранение и укрепление здоровья обучающихся в период напряженного умственного труда в высшем учебном заведении;
- формирование посредством профессионально прикладной физической подготовки профессионально важных физических, психических и специальных качеств, обеспечивающих надежность выпускников в будущей трудовой деятельности.

*Конкретные (детализированные) задачи*, решаемые при реализации учебного раздела федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования «Прикладная физическая культура» при подготовке бакалавров по всем направлениям высшего профессионального образования, отражены в универсальных, профессионально направленных и федеральных компетенциях выпускника высшего учебного заведения.

Отдельные модули учебного раздела «Прикладная физическая культура» -теоретический, методико-практический, практический, контрольный тесно взаимосвязаны и могут реализовываться в учебном процессе параллельно на всех годах обучения по данному разделу.

Реализация модуля «Практические занятия» связана с оптимальными физическими нагрузками и соответствующими физиологическими реакциями организма занимающихся. Это требует соблюдения ряда медицинских требований и организационно-методических принципов проведения учебных занятий.

Практические занятия по учебному разделу «Прикладная физическая культура» носят рекреационный характер и направлены на профилактику хронического недостатка двигательной активности, достижение эффекта «активного отдыха», что позволяет не включать академические занятия по разделу «Прикладная физическая культура» в лимит недельной общей учебной нагрузки обучающихся.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Прикладная физическая культура и спорт» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

В высших учебных заведениях настоящая дисциплина представлена как учебная дисциплина и важнейший компонент целостного развития личности. Являясь компонентом общей культуры, психофизического становления и профессиональной подготовки студента курс входит в число вариативных

дисциплин.

Свои образовательные и развивающие функции «Прикладная физическая культура» наиболее полно осуществляет в целенаправленном педагогическом процессе физического воспитания, который опирается на основные общедидактические принципы: сознательности, наглядности, доступности, систематичности и динамичности.

Дисциплина «Прикладная физическая культура» тесно связана не только с физическим развитием и совершенствованием функциональных систем организма молодого человека, но и формированием средствами физической культуры и спорта жизненно необходимых психических качеств, свойств и черт личности.

Все это в целом находит свое отражение в психофизической надежности будущего бакалавра, в необходимом уровне и устойчивости его профессиональной работоспособности.

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

**знать:**

- сущность понятий «Прикладная физическая культура» (ее содержание, структура, критерии и уровни проявления в социуме и личной жизни);

- сущность понятия «Здоровье» (его физическое, психическое, социальное и профессиональное проявления);

- сущность понятия «Здоровый образ жизни» (его составляющие и мотивация), а также их влияние на общую и профессиональную жизнедеятельность;

- социально-биологические и педагогические основы физического воспитания и самовоспитания;

роль оптимальной двигательной активности в повышении функциональных и двигательных возможностей (тренированности) организма человека, работоспособности, в укреплении и поддержании здоровья, общей и профессиональной работоспособности;

- методику самостоятельного использования средств физической культуры и спорта для рекреации в процессе учебной и профессиональной деятельности.

**уметь:**

- самостоятельно методически правильно использовать средства и методы физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма, укрепления здоровья, коррекции физического развития и телосложения;

- использовать систематические занятия физическими упражнениями, различными видами спорта для формирования и развития психических качеств и свойств личности, необходимых в социально-культурной и профессиональной деятельности (нравственно-волевых, коммуникативных, организаторских, лидерских, уверенности в своих силах, самодисциплины, гражданственности, патриотизма и др.).

**владеть (обладать):**

- понятийным аппаратом в сфере физической культуры и спорта;  
- личным опытом, умениями и навыками повышения своих функциональных и двигательных способностей;

- должным уровнем физической подготовленности, необходимым для ускорения освоения сугубо профессиональных умений и навыков в процессе обучения в вузе; для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности после окончания учебного заведения;

- навыками рефлексии и самокоррекции, с использованием методов и средств самоконтроля за своим состоянием;

широким спектром ценностей мировой и отечественной физической культуры, спорта, оздоровительных систем для самоопределения, профессионально-личностного роста.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 328 часов. Вид промежуточной аттестации – зачет.

## **«СПОРТИВНЫЕ СЕКЦИИ»**

Б1.О.06

Учебная дисциплина предназначена для студентов, обучающихся по ОПОП направления 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Целями** освоения дисциплины «Спортивные секции» являются: формирование фундаментальных знаний в области выбранных видов деятельности, а также освоение обучающимися теоретико-методических знаний и практических умений для работы в области физической культуры и подготовка их к разносторонней профессиональной деятельности по направлению подготовки.

#### **Основные задачи дисциплины:**

- формировать представление о теоретических основах различных видах аэробики, фитнеса, йоги как фактора обеспечения здоровья и прочной положительной мотивации на здоровый образ жизни;

- анализировать ценности и эффективность традиционных и современных видов аэробики, фитнеса и йоги;

- формировать умение использовать и правильно подбирать формы, средства и методы системы аэробики, фитнеса и йоги в процессе физкультурно-оздоровительной работы с различными группами населения;

- развитие необходимых двигательных способностей для эффективного

изучения техники движений;

- развивать умения обучающихся применять в различных сферах профессиональной деятельности полученные знания по сохранению, укреплению формированию индивидуального здоровья и здорового образа жизни;

- формировать профессионально-прикладные навыки работы в области аэробики, фитнеса и йоги с различным контингентом населения.

Реализация модуля «Спортивные секции» связана с оптимальными физическими нагрузками и соответствующими физиологическими реакциями организма занимающихся. Это требует соблюдения ряда медицинских требований и организационно-методических принципов проведения учебных занятий.

Практические занятия по учебному разделу «Спортивные секции» носят рекреационный характер и направлены на профилактику хронического недостатка двигательной активности, достижение эффекта «активного отдыха», что позволяет не включать академические занятия по разделу «Спортивные секции» в лимит недельной общей учебной нагрузки обучающихся.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Спортивные секции» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

В Университете настоящая дисциплина представлена как учебная дисциплина и важнейший компонент целостного развития личности. Программа «Спортивные секции» предусматривает овладение техникой упражнений, приобретение профессиональных умений и навыков и применение их в педагогической практике и организационной работе.

Изучаемая дисциплина тесно связана с другими дисциплинами: философией, анатомией человека, психологией, физиологией человека, спортивной медициной, биохимией, биомеханикой, историей физической культуры и спорта, менеджментом, теорией и методикой физической культуры и др. От уровня знаний этих дисциплин существует прямая зависимость к освоению обучающимися данного курса.

Все это в целом находит свое отражение в психофизической надежности будущего бакалавра, в необходимом уровне и устойчивости его профессиональной работоспособности.

## **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

**знать:**

— основные этапы развития аэробики, фитнес-технологий и йоги в России и влияние достижений отечественных спортсменов на развитие этих видов деятельности в мире;

— роль аэробики, фитнес-технологий и йоги как эффективного средства физической культуры и спорта;

— дидактические закономерности в аэробике, фитнес-технологиях и йоге;

— методику подготовки спортсменов в аэробике, фитнес-технологиях и йоге;

— о возрастно-половых особенностях развития двигательных качеств и формирования двигательных навыков в аэробике, фитнес-технологиях и йоге;

— методы и организацию комплексного контроля в занятиях аэробикой, фитнес-технологиями и йогой;

— основы научной и методической деятельности в сфере аэробики, фитнес-технологиях и йоге.

**уметь:**

— анализировать и оценивать эффективность физкультурно-спортивных занятий аэробной направленности, в области фитнес-технологий и йоги;

— осуществлять медико-биологический и психолого-педагогический контроль состояния организма в процессе проведения занятий по аэробике, фитнес-технологиях и йоге с использованием инструментальных методик;

— планировать и проводить мероприятия по профилактике травматизма;

— оказывать первую медицинскую помощь;

— использовать различные средства и методы физической реабилитации организма;

— организовывать и проводить научно-исследовательскую и методическую работу по проблемам физического воспитания, оздоровительной физической культуры и спортивной тренировки на основе аэробики, фитнес-технологий и йоги;

— использовать навыки рационального применения учебного и лабораторного оборудования, аудиовизуальных средств, компьютерной техники, тренажерных устройств и специальной аппаратуры в процессе различных видов занятий;

— применять средства и методы формирования здорового образа жизни на основе потребности в физической активности и регулярном применении физических упражнений, гигиенических и природных факторов с целью оздоровления и физического совершенствования обучаемых.

**владеть:**

—методикой обучения упражнениям аэробики, фитнес-технологий и йоги различных категорий занимающихся;

— основными упражнениями аэробики, фитнес-технологий и йоги на уровне технически правильного показа, а также приемами объяснения, демонстрации основных и вспомогательных элементов упражнения;

—навыками осуществления профессиональной деятельности в области аэробики, фитнес-технологий и йоги;

—основами техники безопасности и предупреждения травматизма при занятиях аэробикой, фитнес-технологиями и йогой.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 328 часов. Вид промежуточной аттестации – зачет.

## **«ТЕХНОЛОГИИ СОЗДАНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА» Б1.В.ДВ.02.01**

**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Цель** дисциплины: научить обучающихся системному подходу к разработке рекламы, познакомить с принципами и приемами разработки креативной стратегии рекламной компании и сформировать навыки их применения; дать представление о полиграфических технологиях производства рекламного продукта.

**Задачи** изучения дисциплины:

- определить понятие рекламный продукт и основные этапы процесса его разработки и производства;

- дать представление о форме, содержании и структуре рекламного обращения;

- ознакомить с моделями восприятия рекламных обращений и основами психологии потребителя, базовыми моделями организации творческого процесса и методиками поиска идей для креативной концепции рекламы и выработать навыки их применения на практике;

- сформировать представление об организации процесса разработки креатива;

- ознакомить с принципами разработки визуальных и вербальных элементов рекламы; приемами увеличения функциональности рекламного обращения и научить применять эти приемы и принципы на практике;

- дать представление о критериях оценки эффективности креативных решений и сформировать навыки по их применению; об основных технологических процессах в полиграфии и оборудовании, применяемом для их реализации;

- ознакомить с основными способами производства рекламного продукта (печатной, наружной, сувенирной рекламы, рекламы в прессе, а также упаковки и этикетки) методами полиграфического воспроизведения;

- дать представление о критериях оценки качества полиграфической продукции;

- подготовить к взаимодействию с полиграфическими предприятиями в процессе производства рекламной продукции.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Технологии создания рекламного продукта» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

Изучение дисциплины «Технологии создания рекламного продукта» способствует проведению самостоятельных рекламных работ, формированию навыков рекламной деятельности, организации и управления рабочими коллективами.

Для успешного освоения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции обучающегося, полученные по следующим дисциплинам: «Социология», «Психология», «Политология».

## 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

**ПК-8** – способность разрабатывать, организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции с использованием традиционных и современных каналов рекламной коммуникации.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** этапы организации и сбора материала к выпуску рекламной продукции, принципы выполнения текстовых и графических заданий, принципы разработки презентаций.

**уметь:** использовать методические средства разработки и производства рекламного продукта с графическими и текстовыми элементами, заниматься подготовкой презентаций для позиционирования рекламного продукта.

**владеть:** приёмами продвижения на рынке рекламного продукта с использованием коммуникативных мероприятий, презентаций и рекламирования.

Общая трудоемкость дисциплины составляет четыре (4) зачётные единицы (144 часа).

4. **Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

## «ОСНОВЫ ЖУРНАЛИСТИКИ»

**Б1.В.ДВ.02.02**

**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Целью дисциплины** является сформировать и помочь студентам освоить общие закономерности журналистики как творческой деятельности в их практически значимых проявлениях. Рассматривается система понятий, которые представляют журналистское творчество как профессиональную деятельность со сложной структурой, определяющей многообразие профессиональных обязанностей журналиста.

### **Задачи дисциплины «Основы журналистики»:**

- разработка рекламной продукции;
- подготовка к выпуску рекламной продукции;
- производство рекламной продукции;
- распространение рекламной продукции.

### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Основы журналистики» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

В рамках изучения настоящей дисциплины бакалаврам предоставляется возможность не только теоретически изучить характеристики всех информационных жанров журналистики (заметки, интервью, репортажа, отчета, информационной корреспонденции), но и попробовать свои силы в самостоятельной подготовке творческих работ как в аудитории, так и в виде выполнения домашних заданий. Важно, чтобы студенты постоянно проходили редакционную практику именно в отделах информации, тем самым у них будет больше шансов усвоить учебный материал. Кроме того, в рамках освоения данной дисциплины внимание будет уделено и некоторым приемам, позволяющим добиться максимальной коммуникации с аудиторией, а также тренировке наиболее точного представления об аудитории конкретных изданий, ее видах и способах подготовки информации для каждого из видов аудитории. Творческие задания, которые преподаватель предложит бакалаврам выполнить как индивидуально, так и в виде групповой работы, направлены на развитие их творческих и коммуникативных компетенций.

Для успешного освоения дисциплины необходимы входные знания, умения и компетенции студента, полученные по следующим дисциплинам: «Основы теории коммуникации»; «Введение в специальность».



### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

**ПК-8** – способность разрабатывать, организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции с использованием традиционных и современных каналов рекламной коммуникации.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** принципы работы с создания текстов рекламы и связей общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга.

**уметь:** определять основные методы, способы и средства работы с создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга.

**владеть:** разнообразными методами и навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга.

Общая трудоемкость дисциплины составляет четыре (4) зачётные единицы (144 часа).

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

## **«ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ»**

### **Б1.В.ДВ.03.01**

Учебная дисциплина предназначена для студентов, обучающихся по ОПОП направления 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Целью** преподавания и изучения учебной дисциплины «Деловое общение» является изучение теории и практики делового общения для обеспечения овладения студентами знаний и навыков в области делового общения, необходимых для успешной профессиональной деятельности.

По результатам освоения дисциплины студент способен решать следующие профессиональные задачи:

- владеть техникой слушания;
- владеть ораторским искусством;
- составлять речь для публичного выступления;
- владеть речевой коммуникацией;
- владеть формами конструктивной критики.

Дисциплина «Деловое общение» во многом носит прикладной характер, ее цель – содействовать формированию у обучающихся соответствующих

психологических и личностных качеств как необходимых условий повседневной деятельности и поведения специалистов.

#### **Задачи дисциплины «Деловое общение»:**

- научить технике и приемам эффективного общения в профессиональной деятельности;
- научить приемам саморегуляции поведения в процессе межличностного общения.

Дисциплина «Деловое общение» призвана формировать у обучающихся современное гуманистическое мышление и способность решать разнообразные проблемы в межличностной, межкультурной, межэтнической (межнациональной) и деловой коммуникации с использованием современных приемов и средств.

Данная дисциплина учит обучающихся и способствует их умению:

- организовывать собственную деятельность, обобщать, анализировать информацию, определять цели и выбирать пути их достижения;
- работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами;
- организовывать и планировать свою деятельность, направленную на достижение конкретного результата;
- оценивать социальную значимость своей будущей профессии, обладать высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности;
- позитивно решать различные проблемы и конфликтные ситуации;
- преодолевать трудности и избегать поражений, быть успешным в учебе и будущей работе.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Деловое общение» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

Условиями для успешного освоения дисциплины – овладение знаниями, умениями и навыками являются: **в области знаний:** базовые ценности мировой культуры; **в области понимания:** понимать, как логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь; **в области умения, навыка:** владеть культурой мышления, быть способным к восприятию, обобщению и анализу управленческой информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.

#### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

**знать:**

- правила и нормы поведения в обществе, способствующие повышению эффективности деловых связей;

**уметь:**

- организовывать эффективные коммуникации в процессе ведения деловых бесед, встреч, совещаний, кадровых собеседований, телефонных разговоров (дистанционного общения);

**владеть:**

- техникой активного слушания, правилами делового этикета, навыками публичного выступления.

- применять техники и приемы эффективного общения в профессиональной деятельности;

- использовать приемы саморегуляции поведения в процессе межличностного общения.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

4. **Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

## **«КОНФЛИКТОЛОГИЯ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

### **Б1.В.ДВ.03.02**

Учебная дисциплина предназначена для студентов, обучающихся по ОПОП направления 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Цели** освоения дисциплины:

ознакомление обучающихся с данной отраслью психологического знания, повышение компетентности в области социальной психологии конфликтов; формирование теоретических знаний и практических навыков по изучению и разрешению социальных конфликтов.

**Задачи** освоения дисциплины:

- овладение обучающимися категориальным аппаратом социальной психологии конфликта, спецификой изучения социальных конфликтов в психологии;

- ознакомление обучающихся с развитием проблем социальной психологии конфликта в отечественной и зарубежной науке ее связь с развитием различных гуманитарных дисциплин и самой психологической науки;

- овладение обучающимися современными технологиями изучения и

разрешения социальных конфликтов, ознакомление с особенностями современных социальных конфликтов и возможностями их прогнозирования;

- овладение обучающимися навыками анализа и прогнозирования социальных конфликтов в современном обществе;

Учебная дисциплина способствует углублению и расширению базовой профессиональной подготовки бакалавров, а также учитывает их образовательные потребности.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Конфликтология» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

Учебная дисциплина содержательно и логически связана с другими учебными дисциплинами, изучаемыми обучающимися.

Изучение курса «Конфликтология» проводится в тесной связи с такими дисциплинами, как "История", "Философия". Базируется на полученных знаниях при изучении дисциплин «Психология» и «Политология». Дисциплина «Конфликтология» является единым теоретическим курсом, дающим основательную систему знаний, связанных с пониманием особенностей социального конфликта как социально-психологического явления, формированием общей культуры анализа современных социальных явлений, а также психологических и нравственных качеств как необходимых условий профессиональной деятельности.

## **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

### **знать:**

- об истории научного изучения проблем социальных конфликтов и социальной психологии конфликта как раздела социальной психологии;

- психологические теории и подходы к изучению социальных конфликтов;

- о методах изучения социальных конфликтов;

- о прикладном аспекте знаний о социальных конфликтах, путях их разрешения и прогнозирования.

### **уметь:**

- применять знания социальной психологии конфликта к анализу современных явления и процессов в обществе;

- исследовать источники, структуру и динамику реальных конфликтных ситуаций в обществе и организации;
- определять социально-психологические и индивидуальные свойства сторон конфликтного взаимодействия личности и использовать их в разрешении конфликта;
- определять средства предотвращения конфликтов в современной организации и группе;
- прогнозировать развитие конфликта и выбирать пути его регулирования и разрешения.

**владеть навыками:**

- познания, анализа и прогнозирования конфликтологических аспектов профессиональной деятельности;
- поведения в конфликтных ситуациях, а также правильной оценки, прогнозирования, профилактики конфликтов, оптимальных средств и способов их разрешения и управления конфликтными ситуациями.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Вид промежуточной аттестации – экзамен.

## **«ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА»**

### **Б1.В.ДВ.04.01**

**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Целью** дисциплины «Основы менеджмента» является получение обучающимися знаний, умений и представлений в области менеджмента, включая методологические основы и закономерности менеджмента, функции, методы, организационные структуры, организацию процессов, технику и технологию менеджмента в условиях рыночной экономики.

#### **Практические задачи:**

- раскрыть особенности и условия применения типов и видов структур управления;
- развить навыки использования методов оценки и измерения эффективности управления.
- раскрыть особенности и содержание работ, выполняемых менеджерами;

#### **Образовательные задачи:**

- сформировать у обучающихся представление об управлении и его роли в эффективном развитии организации;
- дать представление о характерных чертах, особенностях организации и ее составных частей как объектов управления;

– научить целеполаганию и определению целей и задач организации при разработке и реализации системы планов (стратегических, тактических, оперативных);

– дать представление о многообразии процессов и методов принятия управленческих решений;

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Основы менеджмента» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и входит в обязательную часть блока 1 «Дисциплины (модули)».

Изучение дисциплины «Основы менеджмента» базируется на сумме знаний, полученных в ходе изучения Экономика; Правоведение; Логика; Математика и статистика по программе высшего образования. Изучение дисциплины «Основы менеджмента» способствует проведению самостоятельных исследований, формированию навыков планирования научных исследований, организации и управления научными коллективами.

## **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

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

**ПК – 2.** Способен формировать имидж и деловую репутацию организации, проводить мероприятия по повышению имиджа компании, создавать нематериальные активы (бренды) и внедрять их на рынок

### **В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

**знать:** роли, функции и задачи менеджера в современной организации, принципы формирования имиджа и деловой репутации организации.

**уметь:** строить организационную структуру компании с учетом поставленных целей, мотивировать и контролировать персонал и деятельность компании.

**владеть:** методами реализации основных управленческих функций, навыками принятия управленческих решений в организации.

Общая трудоемкость дисциплины составляет четыре (4) зачётные единицы (144 часа).

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

## **«РЕПУТАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ КОМПАНИИ»**

**Б1.В.ДВ.04.02**

**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Цель дисциплины** – предоставить обучающимся необходимые знания для эффективного формирования, поддержки и управления репутацией, в том числе онлайн.

#### **Задачи учебной дисциплины:**

- познакомить с предпосылками возникновения репутационного менеджмента в системе коммуникационного менеджмента;
- выявить различия между имиджем и репутацией;
- развить умение построения коммуникационного поля и потоков компании;
- развить умение самостоятельно выбирать эффективную стратегию управления корпоративной репутацией;
- сформировать навык мониторинга коммуникационного окружения компании;
- изучить основные направления деятельности специалиста по связям с общественностью в интернете;
- изучить основные виды площадок;
- сформировать навык самостоятельной работы на Интернет площадках;
- развить умение выделять целевые аудитории и использовать каналы выхода на целевые аудитории;
- изучить особенности корпоративного сайта;
- развить умение самостоятельно выстраивать стратегию работы в интернете.

### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Репутационный менеджмент компании» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

Освоение учебной дисциплины способствует пониманию сущности и значения информации в развитии современного информационного общества, осознанию опасности и угрозы, возникающих в этом процессе, соблюдению основных требований информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны.

Для успешного освоения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции обучающегося, полученные по следующим дисциплинам: «Основы маркетинга», «Основы интегрированных коммуникаций», «Основы менеджмента».

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

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

**ПК-2** – способность формировать имидж и деловую репутацию организации, проводить мероприятия по повышению имиджа компании, создавать нематериальные активы (бренды) и внедрять их на рынок.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** особенности формирования репутации в отличие от имиджа; вопросы регулирования деятельности в сфере связей с общественностью: правовое обеспечение связей с общественностью; кодексы профессионального поведения специалиста; неформальные способы регулирования в области связей с общественностью; основные экспертные площадки; основные стратегии построения и защиты репутации.

**уметь:** самостоятельно выбирать эффективную стратегию управления корпоративной репутацией; разрабатывать коммуникационные и информационные кампании в СМИ, медиа-программы.

**владеть:** основными понятиями по данной дисциплине.

Общая трудоемкость дисциплины составляет четыре (4) зачётные единицы (144 часа).

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

## «ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (ДЕЛОВОЙ)»

### Б1.В.ДВ.05.01

Учебная дисциплина предназначена для студентов, обучающихся по ОПОП направления 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

#### 1. Цели и задачи дисциплины

**Цель дисциплины** – формирование иноязычной профессионально-ориентированной коммуникативной компетенции.

#### **Задачи дисциплины:**

- развитие профессиональной компетенции, т.е. способности осуществлять деловое и профессиональное общение в профессиональной среде в стране и за рубежом;

- совершенствование умений монологической и диалогической речи (обмен информацией, развитие умений устанавливать и поддерживать контакт в устной форме с партнерами и собеседниками, сообщать, запрашивать информацию в зависимости от задач общения) в рамках профессионально-делового общения;



- развитие умений устанавливать и поддерживать контакт в письменной форме;

- развитие и совершенствование всех видов чтения оригинальной профессионально-деловой литературы разных жанров, развитие аналитических умений отбирать публикации для изучения и обзора информации по профессионально-ориентированной тематике;

- развитие и совершенствование умения понимать информацию аудиотекста по профессионально-деловой тематике, осуществлять смысловую обработку поступающей информации в зависимости от целевой установки;

- формирование умений самостоятельной работы по овладению языком специальности.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Иностранный язык (деловой)» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина охватывает основные профессиональные и деловые термины, частотные в сфере профессиональной деятельности. Последовательность обучения определяется совокупностью использования разнообразных знаний, навыков и умений для успешного выполнения коммуникативных заданий с ориентацией на предметное содержание профессиональной деятельности. Последовательность обучения определяется совокупностью использования разнообразных знаний, навыков и умений для успешного выполнения коммуникативных заданий с ориентацией на предметное содержание профессиональной деятельности обучающегося.

Для успешного освоения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции обучающегося, полученные по следующей дисциплине: «Иностранный язык».

## 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** основные фонетические, лексико-грамматические, стилистические особенности изучаемого языка и его отличие от родного языка; особенности собственного стиля овладения предметными знаниями; важнейшие параметры языка СМИ; основные различия письменной и устной речи.

**уметь:** выявлять сходство и различия в системах родного и иностранного языка; проявлять толерантность, эмпатию, открытость и дружелюбие при общении с представителями другой культуры; предупреждать возникновение стереотипов, предубеждений по отношению к собственной культуре; идентифицировать языковые региональные различия в изучаемом языке; выступать в роли медиатора культур.

**владеть:** когнитивными стратегиями для автономного изучения иностранного языка; стратегиями рефлексии и самооценки в целях самосовершенствования личных качеств и достижений; разными приемами запоминания и структурирования усваиваемого материала; интернет технологиями для выбора оптимального режима получения информации; презентационными технологиями для предъявления информации; исследовательскими технологиями для выполнения проектных заданий.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Вид промежуточной аттестации – зачет.

## «РИТОРИКА»

Б1.В.ДВ.05.02

Учебная дисциплина предназначена для студентов, обучающихся по ОПОП направления 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

### 1. Цели и задачи дисциплины

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

**Задачи изучения** дисциплины:

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

Изучение теории и практики ораторского искусства – важная составляющая профессионального мастерства рекламиста, поскольку без сформированного умения четко и ясно выражать мысли, аргументированно отстаивать свои позиции и интересы трудно представить профессиональную деятельность в этой сфере. Кроме того, умения и навыки, связанные с владением словом, облегчают обучение будущих бакалавров и по другим дисциплинам, а навыки публичных выступлений развивают коммуникабельность и уверенность в себе.

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Риторика» предназначена для обучающихся по

направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть Дисциплины по выбору блока 1 «Дисциплины (модули)».

Наряду с курсами «Философия», «История», «Культурология» и др. «Риторика» выступает важным элементом в формировании гуманитарной составляющей в системе подготовки специалистов третьего тысячелетия. В целом, учебный курс «Риторика» предполагает систематизацию у обучающихся навыков владения эффективной речью, формирование сознательной потребности в углублении знаний о выразительных возможностях русского языка, а также риторических приемов.

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

#### **знать:**

- основы речевого воздействия как науки и место в ней риторики;
- основные «модели» и этапы развития риторики в мире и в России;
- основные роды и виды красноречия; процесс и этапы работы над речью; «репертуар» средств речевой выразительности;
- основы психологической культуры оратора и составляющие продуктивного общения с аудиторией;
- «репертуар» техники речи для обеспечения эффективного воздействия на слушателей.

#### **уметь:**

- использовать систему категорий и методов риторики для решения следующих задач в области риторики:

составить публичную речь различных жанров; сформировать при подготовке к выступлению собственный образ оратора и исполнить его в процессе произнесения речи; установить максимально плодотворный контакт с аудиторией в процессе выступления и владеть аудиторией на протяжении речи; применять различные вербальные и невербальные приемы и средства для достижения максимально результативного воздействия на аудиторию; владеть основными приемами актерского и дикторского тренингов для постоянного поддержания формы «речевой личности»; видеть со стороны свое выступление и объективно оценивать как положительные результаты, так и неудачи; уметь объективно оценивать выступления других ораторов.

#### **владеть:**

- организационно-управленческими навыками в профессиональной и социальной деятельности;
- нормами взаимодействия и сотрудничества, толерантностью,

социальной мобильностью;

- культурой научного мышления, обобщением, анализом и синтезом фактов и теоретических положений;

- навыками анализа своей деятельности;

- умением применять методы эмоциональной и когнитивной регуляции для оптимизации собственной деятельности и психического состояния.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Вид промежуточной аттестации – зачёт.

## **«ОСНОВЫ ФИНАНСОВ»**

### **Б1.В.ДВ.06.01**

**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

Целью дисциплины «Основы финансов» является изучение теоретических основ финансовых отношений, выработка целостного представления о функционировании финансовой системы страны. Изучение учебной дисциплины будет способствовать становлению профессиональной подготовки студентов, способности к анализу функционирования государственных финансов, финансов организаций и домашних хозяйств.

#### **Практические задачи:**

1. изучение состава и структуры финансовых ресурсов, порядка их формирования и использования;

2. исследование финансового механизма организаций;

3. изучение процесса финансового планирования и бюджетирования

4. освоение методов проведения финансового контроля в России

#### **Образовательные задачи:**

1. изучение сущности и содержания финансов как экономической категории;

2. изучение организации финансов экономических субъектов в различных сферах хозяйства;

3. формирование у студентов представления о финансовой системе и политике, об управлении финансами и финансовых рынках.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Основы финансов» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и

входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

Учебный курс опирается на знания, полученные обучающимися на занятиях по дисциплинам «Основы маркетинга», «Основы менеджмента» и «Основы рекламы».

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

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

**ПК-1.** Способен выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий, разрабатывать коммуникационную политику, планировать и реализовывать коммуникационные проекты и мероприятия, выбирать средства и каналы коммуникации

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

**знать:**

- сущность, функции и особенности финансов; структуру финансовой системы страны; - основы построения бюджетной системы РФ; принципы управления финансами и осуществления финансовой политики; специфику формирования, распределения и использования финансовых ресурсов государства, хозяйствующих субъектов и домашних хозяйств.

**уметь:**

- использовать знания по основам финансов в практической деятельности; выявлять проблемы при анализе конкретных финансовых ситуаций и предлагать способы их решения; прогнозировать экономические процессы в сфере финансовых отношений; анализировать финансовую среду функционирования предприятия и оценивать степень её влияния на результаты его деятельности; осуществлять планирование финансовой деятельности предприятия; - разрабатывать финансовую стратегию предприятия

**владеть:**

- понятийным аппаратом в области финансов, денег, кредита и банков; правовыми основами межбюджетного регулирования; современными методами сбора, обработки, анализа и интерпретации финансовой информации, необходимой для принятия управленческих решений; навыками выполнения финансовых расчётов и анализа полученных результатов; навыками использования финансово-кредитного механизма в целях повышения эффективности хозяйственной деятельности организации и составления финансового плана.

Общая трудоемкость дисциплины составляет четыре (4) зачётные единицы (144 часа).

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

## **«ФИНАНСЫ. ДЕНЬГИ. КРЕДИТ»**

### **Б1.В.ДВ.06.02**

**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Целью** курса «Финансы. Деньги. Кредит» является формирование у обучающихся современных фундаментальных знаний в области теории денег, кредита и банков, раскрытие исторических и дискуссионных теоретических аспектов их сущности, функций и роли в современной рыночной экономике.

#### **Практические задачи:**

- овладение основами анализа процессов создания и организации современных денежных, кредитных, банковских систем и их элементов;

- формирование у студентов навыков систематизации и оценки различных явлений, закономерностей и тенденций в денежно-кредитной сфере экономики;

- изучение состава и структуры финансовых ресурсов, порядка их формирования и использования;

- исследование финансового механизма экономических субъектов в различных сферах хозяйства.

#### **Образовательные задачи:**

• расширение и углубление фундаментальных знаний в области денежного обращения, кредита, банковской деятельности;

• формирование современного представления о месте и роли центральных и коммерческих банков в современной рыночной экономике.

• изучение сущности и содержания финансов как экономической категории;

• формирование у студентов представления о финансовой системе и политике, об управлении финансами и финансовых рынках.

#### **2.-Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Финансы. Деньги. Кредит» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

Учебный курс опирается на знания, полученные обучающимися на занятиях по дисциплинам «Основы маркетинга», «Основы менеджмента» и «Основы рекламы».

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

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

**ПК-1.** Способен выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий, разрабатывать коммуникационную политику, планировать и реализовывать коммуникационные проекты и мероприятия, выбирать средства и каналы коммуникации

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

**знать:**

- основы организации и регулирования денежного оборота, особенности реализации денежно-кредитной политики в различных странах, применяемые методы и инструменты денежно-кредитного регулирования, антиинфляционной политики, особенности проведения денежных реформ в отдельных странах, специфику функций, задач, направлений деятельности, основных операций центральных и коммерческих банков.

**уметь:**

- пользоваться формами и методами использования денег и кредита для регулирования социально-экономических процессов; анализировать статистические материалы по денежному обращению, расчетам, состоянию денежной сферы, банковской системы; анализировать периодическую литературу по вопросам состояния и отдельным проблемам денежно-кредитной сферы экономики; уметь оценивать роль банков в современных условиях.

**владеть:**

- владеть приемами использования компьютерных технологий в практической работе кредитных организаций, понятийным аппаратом в области финансов, денег, кредита и банков; навыками выполнения финансовых расчётов и анализа полученных результатов; навыками использования финансово-кредитного механизма в целях повышения эффективности хозяйственной деятельности организации и составления финансового плана. методами финансовой математики.

Общая трудоемкость дисциплины составляет четыре (4) зачётные единицы (144 часа).

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

**«МЕРЧЕНДАЙЗИНГ»**

**Б1.В.ДВ.07.01**

**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

### **1. Цели и задачи дисциплины**

Целью курса «Мерчендайзинг» является овладение обучающимися системой методологических, организационных и финансово-экономических знаний, направленных на обеспечение эффективной маркетинговой коммуникативной деятельности компании, осуществляемой в местах продаж и направленной на обеспечение управления поведением покупателей.

#### **Практические задачи:**

- изучение методов продажи товаров на основе принципов и технологий мерчендайзинга;
- освоение организационно-методических основ внедрения технологий мерчендайзинга в местах продаж;
- умение анализировать бизнес-процессы продаж и оценивать их эффективность.

#### **Образовательные задачи:**

- освоение обучающимися сущности, основных принципов и функций мерчендайзинга в системе розничных продаж;
- формирование комплекса знаний о технологиях мерчендайзинга, воздействующих на поведение потребителей в местах продажи;
- приобретение знаний об основных процедурах мерчендайзинга.

### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Мерчендайзинг» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

Учебный курс опирается на знания, полученные обучающимися на занятиях по дисциплинам «Основы рекламы», «Основы маркетинга» и «Психология массовых коммуникаций». Курс «Мерчендайзинг» носит теоретический характер. Знания, умения и навыки, приобретенные при изучении данного курса, используются как общекультурная база при изучении других дисциплин (например, «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Поведение потребителей», «Разработка рекламных проектов» и др.).

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:



**ПК-1.** Способен выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий, разрабатывать коммуникационную политику, планировать и реализовывать коммуникационные проекты и мероприятия, выбирать средства и каналы коммуникации.

**ПК-9.** Способен проводить маркетинговые исследования, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

**знать:** понятия, задачи и функции мерчендайзинга, технологии и методы маркетингового исследования

**уметь:** составлять и внедрять программу мерчендайзинга с учетом интересов всех участников бизнес-процесса, формировать итоговые отчеты и презентации результатов маркетингового исследования

**владеть:** современными средствами и методами мерчендайзинга для продвижения отдельных товаров или их комплексов, приемами сбора и обработки маркетинговой информации.

Общая трудоемкость дисциплины составляет четыре (4) зачётные единицы (144 часа).

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

## **«РАЗРАБОТКА РЕКЛАМНЫХ ПРОЕКТОВ»**

### **Б1.В.ДВ.07.02**

**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Целью дисциплины** является формирование у обучающихся базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки концепции рекламной кампании.

**Задачи дисциплины «Разработка рекламных проектов»** – знакомство с практическими сторонами разработки творческой концепции организации и проведения рекламной кампании с учетом российской и зарубежной специфики, включая:

- освоение знаний и навыков профессиональной работы в сфере рекламы,

- знакомство с алгоритмом организации рекламной кампании, правилами и приемами ее проведения, с учетом спектра технологических и ресурсных возможностей, а также базовых знаний обучающихся, полученных в ранее изучаемых дисциплинах,

- формирование навыков профессиональной командной работы в рамках реализации общего проекта;

• получение собственного опыта в организации и проведении рекламной кампании.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Разработка рекламных проектов» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

Особенностью дисциплины является логическое продолжение освоения теоретического материала в процессе практической деятельности.

Для успешного освоения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции обучающегося, полученные по следующим дисциплинам: «Основы менеджмента», «Основы маркетинга», «Основы рекламы и PR», «Медиапланирование».

## **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

**ПК-1** – способность выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий, разрабатывать коммуникационную политику, планировать и реализовывать коммуникационные проекты и мероприятия, выбирать средства и каналы коммуникации.

**ПК-9** – способность проводить маркетинговые исследования, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** методики оценки эффективности рекламной кампании; способы планирования и оперативного контроля рекламной деятельности.

**уметь:** принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб; осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной деятельности.

**владеть:** навыками анализа и планирования рекламной деятельности на предприятии (организации) на основе разработки интегрированных маркетинговых коммуникационных стратегий развития, навыками оценки эффективности рекламной деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет четыре (4) зачётные единицы (144 часа).

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

## **«ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

**Б1.В.ДВ.08.01**

**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

## **1. Цели и задачи дисциплины**

**Целью** освоения дисциплины «Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью» является изучение обучающимися основных аспектов информационных технологий в рекламе и PR, позволяющих ориентироваться в вопросах получения, обработки, интерпретации необходимой для рекламной деятельности информации и применения соответствующих алгоритмов с целью подготовки содержания и оформления рекламных и PR-сообщений, принятия оптимальных решений по проведению рекламных кампаний, оценки эффективности рекламной деятельности.

### **Задачи дисциплины:**

- изучение компьютерных технологий в рекламных и PR- исследованиях, в планировании рекламной кампании, в содержании рекламной и PR-продукции и оценке эффективности рекламной деятельности, структуры и назначения программного обеспечения рекламы и PR;

- рассмотрение перспектив развития информационных технологий, связанных с интеллектуальной обработкой данных в рекламной и PR-деятельности, с обработкой и хранением различных видов информации, применением распределенной обработки данных;

- знакомство обучающихся с понятием, характеристикой информационных технологий в рекламе и PR, получение ими навыков практической работы по составлению алгоритмов решения задач рекламы и PR;

- знакомство с правилами поиска информационных ресурсов для рекламы и PR;

- воспитание коммуникационной готовности обучающихся к работе в области использования информационных технологий в своей практической деятельности;

- приобретение практических навыков обследования предметной области.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

Изучение дисциплины «Информационные технологии в рекламе и PR» базируется на сумме знаний, полученных в ходе изучения таких дисциплин,

как «Компьютерные технологии и информатика», «Пакеты прикладных программ», «Математика и статистика» и др.

Уровень освоения содержания курса должен позволять студентам самостоятельно работать со специализированными приложениями: программами для статистической обработки результатов исследований и прогнозирования реакции рекламной аудитории (SPSS), системами управления БД (IMS for Windows), а также уметь осуществлять поиск в глобальной сети Интернет. Студенты должны уметь использовать для рекламных и PR-целей электронную почту (в том числе присоединять файлы различных форматов); уметь настроить компьютер для работы в Интернет (знать основы организации Интернет и смысл IP – и URL адресов), знать и при необходимости уметь изменять настройки браузеров; работать с поисковыми серверами и информационными порталами; ориентироваться в технологиях и стандартах баннерной рекламы, в работе PR-агентств и сетей баннерного обмена.

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

**ПК-6** – способность использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты в процессе разработки и реализации коммуникационной кампании.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

• **Знать:** современные тенденции развития интернет-среды и условия ее использования для рекламных целей;

• **Уметь:** оптимизировать возможности интернет-технологий для проведения различных коммуникационных кампаний;

• **Владеть:** навыками выбора направления и форм использования интернет-ресурсов для проведения коммуникационных кампаний.

Общая трудоемкость дисциплины составляет три (3) зачётные единицы (108 часов).

4. **Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

## **«КОПИРАЙТИНГ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

**Б1.В.ДВ.08.02**

**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Целью** курса является освоение обучающимися необходимого для практической работы в сфере коммерческого копирайтинга базового комплекса знаний, умений и навыков создания медиатекстов в различных видах рекламы и связях с общественностью.

**Задачами** изучения дисциплины являются:

- определение круга профессиональных обязанностей копирайтера, набора необходимых ему личных качеств;
- создание представления о сути разнообразных видов деятельности, входящих в копирайтинг;
- обобщение приобретенных в процессе обучения знаний об этапах создания рекламных и PR-текстов различных типов, с различными целями и для различных аудиторий;
- изучение актуальных приемов речевого воздействия на аудиторию в рекламе и PR и технических приемов, служащих цели создания эффективного в маркетинговом и коммуникативном отношении текста.

### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

Лекции и практические занятия строятся с опорой на изученные ранее курсы, связанные с общелингвистической и профессиональной подготовкой обучающихся: «Русский язык и культура речи», «Основы рекламы», а также специального курса «Стилистика и литературное редактирование».

Межпредметные связи с этими теоретическими и практическими курсами дают возможность представить стройную систему формирования знаний, умений и навыков работы по созданию различных видов текстов, решающих коммерческие и имиджевые задачи в рекламе и PR.

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

**ПК-6** - способность использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты в процессе разработки и реализации коммуникационной кампании.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии, используемые в сфере рекламы и связей с общественностью.

**уметь:** использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии в рекламной и PR-деятельности.

**владеть:** методикой использования современных информационно-коммуникационных технологий, в том числе интернет-технологий в рекламной и PR-деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет три (3) зачётные единицы (108 часов).

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

## **«ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»**

### **Б1.В.ДВ.09.01**

**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

Целью курса «Поведение потребителей» является формирование у обучающихся системы знаний в области теории и практики потребительского поведения, а также приобретение навыков, необходимых для исследования потребительского поведения и разработки эффективных стратегий и инструментов его формирования и модификации в условиях конкуренции.

#### **Практические задачи:**

- изучение характеристики потребителя и моделирование покупательского поведения;

- освоение методов сбора информации и инструментов анализа данных, а также формирование практических навыков в сфере анализа полученных данных.

- умение грамотно анализировать конкретные ситуации, которые влияют на процесс принятия решения потребителем о покупке.

#### **Образовательные задачи:**

- изучение механизмов формирования поведения потребителей с целью его дальнейшего использования в решении маркетинговых проблем;

- формирование комплекса знаний о современных подходах и методах управления поведением потребителей на рынке товаров и услуг в условиях глобализации;

- оценка влияния внешних и внутренних факторов на потребительское поведение и выявление возможности их использования в маркетинге для принятия потребителями решения о покупке.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Поведение потребителей» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

Учебный курс опирается на знания, полученные обучающимися на занятиях по дисциплинам «Основы маркетинга», «Коммуникации в коммерческой «Мерчендайзинг» и «Разработка рекламных проектов».

## **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

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

**ПК-4.** Способен осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

**знать:**

- о факторах внешнего и внутреннего влияния на поведение потребителей; модели поведения потребителей; правовую базу защиты потребителей; особенности поведения потребителей-организаций; логику принятия потребителями решения о приобретении товара или услуги; особенности воздействия поведения потребителей на сферу услуг.

**уметь:**

- осуществлять сбор и анализ информации о потребителях; определять структуру внешних и внутренних факторов, влияющих на принятие решения потребителем; сегментировать рынок по психографическому методу; анализировать конфликтные ситуации с потребителем с правовой точки зрения; диагностировать поведение потребителей, определять: кто принимает решение, какие существуют типы решений о покупке и этапы процесса принятия решения.

**владеть:**

- навыками анализа поведения потребителей, необходимых для ведения маркетинговой деятельности; навыками определения факторов, влияющих на изменение запросов и предпочтений и на поведение потребителей на рынке в

целом; навыками использования нормативно-правовой базы, регламентирующей отношения с потребителем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет три (3) зачётные единицы (108 часов).

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

## **«СЕМИОТИКА В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» Б1.В.ДВ.09.02**

**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Целью** освоения дисциплины является формирование у обучающихся основ теоретических знаний в области семиотики, базовых представлений о семиотических системах для совершенствования практических умений и навыков использования представлений о знаках и знаковых системах в рекламной и PR коммуникациях.

#### **Задачи изучения дисциплины:**

- дать основы научных знаний по семиотике как науке о знаках, знаковом языке и кодах рекламы, о закономерностях их функционирования в массовых маркетинговых коммуникациях;

- познакомить обучающихся-бакалавров, обучающихся рекламному делу и деятельности по связям с общественностью, с особенностями рекламы и PR как специфических семиотических систем коммуникации;

- сориентировать обучающихся в понятиях парадигматических и синтагматических отношений, показать возможности их применения к анализу и конструированию различных типов сообщений;

- выработать у обучающихся умение профессионально моделировать и анализировать коммуникативное пространство в различных типах ММК категориях, развивать продуктивное мышление, реконструировать и использовать семиотические механизмы и коды.

### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Семиотика в рекламе и связях с общественностью» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

Данный курс должен познакомить обучающихся с основными понятиями семиотики как науки, с представлением о семиотике рекламы и PR, как одной из ее отраслей. В рамках данного курса студенты должны



приобрести знания, умения и навыки семиотического анализа рекламного пространства, уметь использовать механизмы и язык семиотики.

Последовательность изучаемых тем определена логикой формирования навыков семиотического анализа.

Базовой основой для изучения курса являются дисциплины, освоенные обучающимися на ранних курсах такие как: «Русский язык и культура речи», «Иностранный язык», «Культурология», «Основы рекламы», «Связи с общественностью», «Творческие технологии в рекламе и связях с общественностью».

Требования к «входным» знаниям, умениям и навыкам обучающегося включают базовые знания, полученные обучающимися из курсов русского языка и культуры речи, основ экономики, рекламистики и других специальных дисциплин. Необходима также опора на такие компетенции личности, как умение получать и анализировать полученную информацию, умение проследивать взаимосвязи элементов системы и делать обоснованные выводы, умение планировать действия по достижению результата.

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

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

**ПК-4** – способность осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** семиотические основы модели коммуникативного взаимодействия, основные этапы формирования и развития вторичных знаковых систем на примере письма, основные принципы построения знаковой структуры средства коммуникации в рекламе и PR; механизмы построения коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; основы построения коммуникационных материалов различного типа, используемых в рекламе и связях с общественностью.

**уметь:** использовать механизмы и язык рекламной и PR-коммуникации на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; готовить тексты в соответствии с профессиональными задачами, которые ставятся перед специалистом в сфере рекламы и связей с общественностью.

**владеть:** навыками использования представлений о знаках и знаковых системах в маркетинговых коммуникациях; способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; навыками создания и распространения различных рекламных и PR-текстов для решения профессиональных задач.

Общая трудоемкость дисциплины составляет три (3) зачётные единицы (108 часов).

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают экзамен.

## **ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА**

### **Б2.О.01(У)**

**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

#### **1. Цель и задачи практики**

**Целью практики является:**

- получение первичных профессиональных знаний, умений и навыков;
- получение первичных навыков научно-исследовательской деятельности.

**Задачи, решаемые в ходе практики:**

- познакомиться с особенностями работы профильных отделов и организаций;
- получить первичные навыки профильной работы;
- закрепить теоретические знания, являющиеся составляющими соответствующих компетенций;
- сформировать умения, являющиеся составляющими соответствующих компетенций

#### **2. Место практики в структуре образовательной программы**

В структуре ОПОП учебная (профессионально-ознакомительной) практика относится к Блоку № 2 – «Практика» обязательной части учебного плана, проводится:

- на очной форме обучения – на 2 курсе в 4 семестре;
- на заочной форме обучения – на 3 курсе в 6 семестре.

Практика базируется на изучении следующих учебных дисциплин:

Политология, Русский язык и культура речи, История, Основы экономических знаний, Основы права, Правовое регулирование в рекламе и связях с общественностью, Деловое общение, Основы менеджмента, Компьютерные технологии и информатика, Связи с общественностью,

Технологии создания рекламного продукта, Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью.

Прохождение практики является необходимым для изучения следующих дисциплин: Теория и практика массовой информации, Основы брендинга, Основы маркетинга, Медиапланирование, Основы рекламы, Ивент-коммуникации.

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики**

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

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

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

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

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

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

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

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

В результате прохождения практики обучающийся должен:

**Знать:** понятие, функции, цели и виды рекламы; когнитивные, поведенческие и эмоциональные аспекты рекламного воздействия; основные методы и психологические механизмы воздействия рекламы на поведение аудитории; принципы и технологии ПР;

**Уметь:** распознавать особенности функционирования познавательных психических процессов, определяющих вовлеченность личности в коммуникационное пространство рекламы; использовать методики оценки психологической эффективности воздействия рекламы выявлять возможные стереотипы потенциальной аудитории, корректировать стереотипы с помощью рекламного воздействия; использовать метод фокус-групп в исследовании рекламных интересов; формировать поведение аудитории под влиянием рекламного воздействия;

**Владеть:** коммуникативными навыками; навыками критического восприятия информации; психотехнологиями эффективных презентаций; методами проведения маркетинговых исследований и анализу потребительских предпочтений; специальными информационными программами.

Общая трудоемкость практики составляет шесть (6) зачётных единиц (216 часов).

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают зачет с оценкой.

## **ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА**

### **Б2.В.01(П)**

**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

#### **1. Цель и задачи практики**

**Целью практики является:** - закрепление и углубление теоретических знаний, полученных обучающимися по общепрофессиональным и специальным дисциплинам; - овладение умениями и навыками организации и реализации производственных технологий.

**Задачи, решаемые в ходе практики:** - Проанализировать степень и эффективность использования актуальных и перспективных тенденций в коммуникациях в практике принимающей организации; - овладеть основами профессиональных навыков, собрать фактический материал для написания Отчета по практике.

#### **2. Место практики в структуре образовательной программы**

В структуре ОПОП производственная (профессионально-творческая) практика относится к Блоку № 2 – «Практика» обязательной части учебного плана, проводится:

- на очной форме обучения – на 3 курсе в 6 семестре;
- на заочной форме обучения – на 4 курсе в 8 семестре.

Практика базируется на изучении следующих учебных дисциплин:

Теория и практика массовой информации, Основы брендинга, Основы маркетинга, Медиапланирование, Основы рекламы, Ивент-коммуникации, Коммуникационный менеджмент, Организация работы отделов рекламы и связи с общественностью, Стилистика и литературное редактирование, Социология массовых коммуникаций, Психология массовых коммуникаций.

Прохождение практики является необходимым для изучения следующих дисциплин: Основы интегрированных коммуникаций, Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, GR-взаимосвязи бизнеса и власти, Корпоративные коммуникации, Реклама и связи с общественностью в социальной сфере, Разработка рекламных проектов, Поведение потребителей, Мерчендайзинг.

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики**

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

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

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

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

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

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

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

В результате прохождения практики обучающийся должен:

**Знать:** психологию коммуникаций и социально-психологическое влияние; особенности общественных коммуникаций, формирования общественного мнения, имиджа; функции и специфику воздействия массовых коммуникаций.

**Уметь:** анализировать и осмысливать проводимую коммуникационную политику; управлять PR-акциями.

**Владеть:** методами проведения маркетинговых исследований и анализу потребительских предпочтений; специальными информационными программами.

Общая трудоемкость практики составляет девять (9) зачётных единиц (324 часа).

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают зачет с оценкой.

## **ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА**

### **Б2.В.02(Пд)**

**Направление подготовки:** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

**Профиль подготовки:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

#### **1. Цель и задачи практики**

**Целью практики является:**

- закрепление и углубление теоретических знаний;
- приобретение опыта самостоятельной профессиональной деятельности.

**Задачи, решаемые в ходе практики:**

- закрепление и расширение и систематизация теоретических знаний, полученных за весь период обучения;
- сбор и обработка фактического материала для подготовки ВКР;
- сформулировать на основе полученного опыта уточнения структуры, объекта, предмета, гипотезы ВКР для дальнейшего обсуждения с научным руководителем ВКР;
- оценить соотнесенность планируемой теоретической части ВКР с практикой принимающей организации и ее партнеров, заказчиков;
- с учетом рекомендаций принимающей стороны подготовить методику специального исследования по теме ВКР.

#### **2. Место практики в структуре образовательной программы**

В структуре ОПОП преддипломная практика относится к Блоку № 2 – «Практика» обязательной части учебного плана, проводится:

- на очной форме обучения – на 4 курсе в 8 семестре;
- на заочной форме обучения – на 5 курсе в 10 семестре.

Практика базируется на изучении следующих учебных дисциплин:

Основы интегрированных коммуникаций, Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, GR-взаимосвязи бизнеса и власти, Корпоративные коммуникации, Реклама и связи с общественностью в социальной сфере, Разработка рекламных проектов, Поведение потребителей, Мерчендайзинг.

#### 4. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики

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

**ПК-1.** Способен выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий, разрабатывать коммуникационную политику, планировать и реализовывать коммуникационные проекты и мероприятия, выбирать средства и каналы коммуникации.

**ПК-2.** Способен формировать имидж и деловую репутацию организации, проводить мероприятия по повышению имиджа компании, создавать нематериальные активы (бренды) и внедрять их на рынок.

**ПК-3.** Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями различных типов СМИ и других медиа

**ПК-4.** Способен осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.

**ПК-5.** Способен участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

**ПК-6.** Способен использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты в процессе разработки и реализации коммуникационной кампании.

**ПК-7.** Способен вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами).

**ПК-8.** Способен разрабатывать, организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции с использованием традиционных и современных каналов рекламной коммуникации.

**ПК-9.** Способен проводить маркетинговые исследования, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.

В результате прохождения практики обучающийся должен:

**Знать:** способы разработки маркетинговой инновационной стратегии; способы планирования и оперативного контроля рекламной деятельности; технологии и методы маркетингового исследования.

**Уметь:** анализировать процессы, происходящие в рекламе и СО для планирования мероприятий по продвижению; осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной деятельности; формировать итоговые отчеты и презентации результатов маркетингового исследования

**Владеть:** навыками работы по планированию и осуществлению коммуникативных кампаний и мероприятий; навыками оценки эффективности рекламной деятельности; приемами сбора и обработки маркетинговой информации приемами сбора и обработки маркетинговой информации.

Общая трудоемкость практики составляет двадцать одна (21) зачётная единица (324 часа).

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают зачет с оценкой.

## «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В РЕКЛАМЕ»

### ФТД.В.01

Дисциплина «Стратегический менеджмент в рекламе» предназначена для обучающихся по ОПОП направления 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Целью дисциплины** является формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков в области стратегического менеджмента в рекламе.

#### **Задачи:**

- освоение теоретических и методологических основ стратегического менеджмента в рекламе;
- формирование практических навыков современного стратегического менеджмента в рекламе;
- расширение знаний и навыков принятия стратегических решений в области рекламы, основанных на современных научных подходах к управлению в условиях неполноты информации и постоянных изменений внешней среды;
- развитие творческого отношения к мировому опыту стратегического менеджмента и умение использовать его в современных условиях с учетом российского менталитета.

#### **5. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Стратегический менеджмент в рекламе» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока ФТД «Факультативы».

Курс призван дать наиболее полное представление об управлении организацией как об интегральном знании, необходимом любому менеджеру



вне зависимости от занимаемой им позиции в организации (высший, средний или низовой уровень управления) или выполняемых функций.

Для успешного освоения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции обучающегося, полученные по следующим дисциплинам: «Основы менеджмента», «Основы маркетинга», «Основы рекламы и PR».

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

**ПК-1.** Способен выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий, разрабатывать коммуникационную политику, планировать и реализовывать коммуникационные проекты и мероприятия, выбирать средства и каналы коммуникации

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

#### **Знать:**

современные концепции стратегического менеджмента; методологические основы стратегического менеджмента; современный аналитический инструментарий поддержки принятия стратегических решений; сущность стратегических процессов в организациях рекламной сферы.

#### **Уметь:**

выбирать адекватные стратегическим задачам методы управления; эффективно применять современный аналитический инструментарий; идентифицировать и организовывать эффективное использование доступных ресурсов и информации; выявлять граничные условия применения стратегических решений; осуществлять анализ внешней и внутренней среды организации.

#### **Владеть:**

навыками организации работ по подготовке стратегических изменений; навыками сбора, обобщения и преобразования необходимой для стратегического анализа информации; навыками выявления слабых и сильных сторон организации, возможностей и угроз; навыками проведения под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий; навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами.

**Приобрести опыт** проведения практического исследования, анализа проблемных ситуаций, разработки предложений и рекомендаций по повышению эффективности управления коммуникациями в компании, методами принятия и реализации управленческих решений по поводу разработки и внедрения их в организации.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетная единица, 36 часов.

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают зачет.

## **«МАРКЕТИНГ В2В»**

### **ФТД.В.02**

Дисциплина «Маркетинг В2В» предназначена для обучающихся по ОПОП направления 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Целью дисциплины** является подготовка обучающихся к организационно-управленческой, информационно-аналитической, предпринимательской и научно-исследовательской деятельности в качестве исполнителей или руководителей среднего уровня.

##### **Задачи дисциплины:**

- подготовка к решению профессиональных задач управления проектами с использованием математических методов и компьютерных технологий;
- формирование необходимых социальных и личностных качеств: толерантности, общей культуры, ответственности, целеустремленности, организованности, трудолюбия, коммуникативности, умению работать в команде, лидерских качеств.
- освоение теоретических и методологических основ маркетинга В2В в рекламе;
- формирование практических навыков современного маркетинга В2В в рекламе;
- расширение знаний и навыков принятия решений в области рекламы, основанных на современных научных подходах к управлению в условиях неполноты информации и постоянных изменений внешней среды;
- развитие творческого отношения к мировому опыту маркетинга В2В и умение использовать его в современных условиях с учетом российского менталитета.

#### **2. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Маркетинг В2В» предназначена для обучающихся по

направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока ФТД «Факультативы».

Для успешного освоения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции обучающегося, полученные по следующим дисциплинам: «Основы менеджмента», «Основы маркетинга», «Основы рекламы и PR».

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

**ПК-9.** Способен проводить маркетинговые исследования, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

#### **Знать:**

особенности воздействия СМИ на общественность; роль коммуникативных процессов в обществе, способы разработки маркетинговой инновационной стратегии.

#### **Уметь:**

применять различные методы решения организационных проблем в ходе проведения рекламных и PR-кампаний, анализировать процессы, происходящие в рекламе и СО для планирования мероприятий по продвижению.

#### **Владеть:**

навыками сравнительного анализа и синтеза (компаративистика), навыками работы по планированию и осуществлению коммуникативных кампаний и мероприятий.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетная единица, 36 часов.

**4. Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают зачет.

# **«ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ТРУДА И СОЦИАЛЬНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИНВАЛИДОВ»**

## **ФТД.В.03**

Дисциплина «Особенности правового регулирования труда и социального обеспечения инвалидов» предназначена для обучающихся по ОПОП направления 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», квалификация – «бакалавр».

### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Цель** - приобретение обучающимися теоретических и практических знаний в области правового регулирования труда и социального обеспечения инвалидов, формирование необходимых компетенций, умений и навыков обучающегося.

#### **Задачи:**

- расширение знаний в сфере трудового права и права социального обеспечения;
- формирование систематизированных научных представлений о содержании юридических норм, регулирующих отношения в сфере труда и социального обеспечения инвалидов в Российской Федерации;
- формирование профессионального уровня правового сознания и правовой культуры обучающихся;
- формирование умений и навыков анализа и интерпретации процессов, характеризующих особенности правового регулирования трудовых правоотношений и права социального обеспечения инвалидов.

### **2. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Особенности правового регулирования труда и социального обеспечения инвалидов» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и входит в вариативную часть Блока «ФТД. Факультативы».

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

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

**УК-9** Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

#### **Знать:**

действующие правовые нормы и ограничения в профессиональной и смежных областях деятельности; основной круг проблем, встречающихся в правовом регулировании труда и социального обеспечения инвалидов и основные способы их решения.

**Уметь:**

анализировать альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; проводить критический анализ и оценку ситуации в правовом регулировании при решении практических задач; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ.

**Владеть:**

необходимой информацией и стратегией своего поведения с инвалидами с соблюдением социальных, этических и профессиональных норм; эффективными способами взаимодействия с людьми, с учетом их индивидуальных особенностей;

**Приобрести опыт** понимания тенденций правового регулирования труда и социального обеспечения инвалидов, а также знать мнения известных исследователей, юристов и социологов в данной сфере.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетная единица, 36 часов.

**4.Форма контроля** – по итогам освоения данной дисциплины обучающиеся сдают зачет.