



АКАДЕМИЯ ТРУДА
И СОЦИАЛЬНЫХ
ОТНОШЕНИЙ;
ОУП ВО "АТИСО"

Подписано цифровой
подписью: АКАДЕМИЯ ТРУДА
И СОЦИАЛЬНЫХ
ОТНОШЕНИЙ; ОУП ВО
"АТИСО"
Дата: 2022.10.05 09:38:54
+05'00'

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора Ур СЭИ (филиал) ОУП
ВО «АТиСО» по УВР

О.В. Зубкова

« 21» июня 2022 г.

**УРАЛЬСКИЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ПРОФСОЮЗОВ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«АКАДЕМИЯ ТРУДА И СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ»**

**АННОТАЦИИ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (Профиль)
Реклама и связи с общественностью**

Челябинск 2022

п.	Наименование дисциплины, основные разделы	Т р у д о е м к о с т ь з а ч. е д. .	Форма контроля
1	2	3	4
Б1.О	Обязательная часть		
Б1.О.01	История (история России, всеобщая история) 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: – сформировать историческое мышление и мировоззрение, понимание причинно-следственных связей между событиями и явлениями отечественной и зарубежной истории. Задачи: – познакомить с сущностью, формами и функциями исторического знания, с методологическими основами исторической науки, с классификацией исторических источников, с основными этапами и процессами всемирной истории; – способствовать выработке патриотизма и активной гражданской позиции; – способствовать правильному пониманию современной общественно-политической и экономической ситуации, места и роли России в мире, тенденций и перспектив ее развития. 2. Требования к входным знаниям и умениям обучающегося: в соответствии с требованиями ФГОС среднего общего образования. 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальной компетенции: УК-5. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: – основные направления, проблемы, теории и методы истории; – движущие силы и закономерности исторического процесса; – место человека в историческом процессе, политической организации общества; – различные подходы к оценке и периодизации всемирной и отечественной истории; – основные этапы и ключевые события истории России и мира с древности до наших дней; – выдающихся деятелей отечественной и всеобщей истории; – важнейшие достижения культуры и системы ценностей, сформировавшиеся в ходе исторического развития. б) уметь: – логически мыслить, вести научные дискуссии; – работать с разноплановыми источниками; – преобразовывать информацию в знание, осмысливать процессы, события и явления в России и мировом сообществе в их динамике и взаимосвязи, руководствуясь принципами научной объективности и историзма; – формировать и аргументировано отстаивать собственную позицию по различным проблемам истории; – выявлять существенные черты исторических процессов, явлений и	4	Зачет, зачет с оценкой

	событий; – извлекать уроки из исторических событий и на их основе принимать осознанные решения. в) владеть: – представлениями о событиях российской и всемирной истории, основанными на принципе историзма; – навыками анализа исторических источников; приемами ведения дискуссии и полемики.		
Б1.О.2	Философия 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: – сформировать представления о специфике философского знания, о месте и роли философии в социальных процессах, ее познавательных, мировоззренческих и методологических функциях. Задачи: – сформировать знания об истории философской мысли как форме интеллектуальной свободы и основы мировоззрения; – сформировать представления об основных разделах современного философского знания, философских проблемах; – овладеть базовым категориальным аппаратом, принципами и приемами философского познания; – развить навыки критического восприятия и анализа социальных процессов; – сформировать умения логично формулировать, излагать и аргументировать собственную позицию по значимым социальным проблемам. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Философия», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплин: «История (история России, всеобщая история)», «Культурология». Освоение дисциплины служит концептуальным базисом для изучения курсов «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы», «Основы теории коммуникации». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальной компетенции УК- 5. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: – специфику философии как формы культуры, – структуру философского знания, его место и роль в современной жизни, – основные методы и приемы философского анализа социальных проблем; б) уметь: – применять понятия философии для анализа социальных процессов и явлений; – формулировать и аргументировано излагать собственное видение проблем и способов их разрешения, занимать определенную гражданскую позицию, критически относиться к себе; в) владеть: – навыками формулирования, изложения и аргументации мысли; – навыками анализа мировоззренческих и социальных проблем; – навыками критической оценки своих достоинств и недостатков и выбора путей и средств личностного развития.	4	Экзамен
Б1.О.03	Иностранный язык 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: – повысить исходный уровень владения иностранным языком, достигнутый на предыдущей ступени образования, и овладеть уровнем иноязычной коммуникативной компетенции, достаточным для решения социально-коммуникативных задач в различных областях	9	Зачет, Экзамен

	профессиональной, культурной и бытовой сфер деятельности, при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования. Задачи: – расширить кругозор и повысить общую гуманитарную культуру студентов; – воспитать толерантность и уважение к духовным ценностям разных стран и народов; – развить когнитивные и исследовательские умения с использованием ресурсов на иностранном языке; – развить информационную культуру; – повысить уровень учебной автономии и способности к самообразованию. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: владение иностранным языком в соответствии с требованиями ФГОС среднего общего образования. 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальных и общепрофессиональных компетенций: УК-4, ОПК-1. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: – иностранный язык в объеме, необходимом для получения профессиональной информации из зарубежных источников и элементарного общения на общем и профессиональном уровне; б) уметь: – использовать иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности; в) владеть: – навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении на иностранном языке; – навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке по проблемам экономики и бизнеса.		
Б1.О.4	Безопасность жизнедеятельности 1. Цель и задачи дисциплины: Цель: – сформировать готовность и способность личности использовать в профессиональной деятельности приобретенную совокупность знаний, умений и навыков для обеспечения безопасности в сфере профессиональной деятельности, характера мышления и ценностных ориентаций, при которых вопросы безопасности рассматриваются в качестве приоритета. Задачи: – овладеть основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий; – познакомить с обеспечением безопасности основных объектов – личности, общества и государства, обеспечением безопасности человека как высшей ценности; – обучить готовности применения профессиональных знаний для минимизации негативных экологических последствий, обеспечения безопасности и улучшения условий труда в сфере своей профессиональной деятельности. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося обладать знаниями, полученными при изучении «Основ безопасности жизнедеятельности» в соответствии с требованиями ФГОС среднего общего образования. 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование универсальной компетенции: УК-8. В результате изучения дисциплины студент должен: знать:	2	Зачет

	– основные техносферные опасности, их свойства и характеристики, характер воздействия вредных и опасных факторов на человека и природную среду, методы защиты от них применительно к сфере своей профессиональной деятельности; – правовые, нормативно-технические и организационные основы обеспечения безопасности жизнедеятельности; – социальные и медицинские опасности; – основы противодействия терроризму. Уметь: – идентифицировать основные опасности среды обитания человека, оценивать риск их реализации, выбирать методы защиты от опасностей применительно к сфере своей профессиональной деятельности и способы обеспечения комфортных условий жизнедеятельности; – использовать основные методы защиты производственного персонала и населения от последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий. Владеть: – основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий; – понятийно-терминологическим аппаратом в области безопасности; навыками рационализации профессиональной деятельности с целью обеспечения безопасности и защиты окружающей среды		
B1.O.05	Физическая культура и спорт		
B1.O.05.01	Физическая культура и спорт 1. Цель и задачи усвоения дисциплины: Цель: - сформировать физическую культуру личности и её способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности. Задачи: - воспитать потребности в физическом совершенствовании, в систематических занятиях физической культурой (ФК) и спортом; - получить знания по основам теории и методики ФК и спортивной тренировки; - содействовать укреплению здоровья студентов, правильному формированию и гармоничному развитию организма, привитию навыков здорового образа жизни, отказу от вредных привычек, поддержанию высокой работоспособности на протяжении всего периода обучения; - овладеть средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и укрепления здоровья, готовностью к достижению должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности. 2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося Изучение данной дисциплины базируется на знаниях и умениях, приобретенных в ходе освоения дисциплин: «Безопасность жизнедеятельности». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование универсальной компетенции: УК-7 В результате освоения дисциплины обучающийся должен: а) знать: - законодательство РФ в области физической культуры и спорта, средства, методы, принципы физической культуры при совершенствовании функциональных возможностей организма человека; - основы здорового образа жизни студента, особенности использования средств физической культуры для поддержания и повышения уровня	2	Зачет

	здоровья, для полноценной социальной и профессиональной деятельности. б) уметь: - применять средства и методы физической культуры для повышения физического развития и совершенствования; - правильно дозировать физическую и умственную нагрузку в процессе учебной и профессиональной деятельности; - осуществлять самоконтроль за состоянием своего организма во время самостоятельных занятий, использовать средства профессионально-прикладной физической подготовки для развития профессионально важных двигательных умений и навыков. в) владеть: - средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и укрепления здоровья, готовностью к достижению должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.		
Б1.О.05.ДВ.01	Элективные курсы по физической культуре и спорту		зачеты
Б1.О.05.ДВ.01.01	Общая физическая подготовка 1.Цель: - формировать физическую культуру личности и способность направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психической подготовки, а также самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности. Задачи: – всестороннее и гармоничное развитие физических качеств и повышение уровня физической подготовленности обучающихся в процессе физкультурно-спортивной деятельности; – совершенствование индивидуальных способностей студентов в условиях учебной работы на основе применения наиболее эффективных средств и методов спортивной тренировки. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: Элективные курсы по физической культуре и спорту являются обязательными для освоения в ОПОП 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Изучение данной дисциплины базируется на знаниях и умениях, приобретенных по дисциплинам «Безопасность жизнедеятельности», «Физическая культура и спорт». 3.Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальной компетенции: УК-7. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: – законодательство РФ в области физической культуры и спорта, средства, методы, принципы физической культуры при совершенствовании функциональных возможностей организма человека; – основы здорового образа жизни студента, особенности использования средств физической культуры для поддержания и повышения уровня здоровья, для полноценной социальной и профессиональной деятельности. б) уметь: – применять средства и методы физической культуры для повышения физического развития и совершенствования; – правильно дозировать физическую и умственную нагрузку в процессе учебной и профессиональной деятельности; – осуществлять самоконтроль за состоянием своего организма во время самостоятельных занятий, использовать средства профессионально-прикладной физической подготовки для развития профессионально важных двигательных умений и навыков. в) владеть: – средствами самостоятельного, методически правильного использования		Зачет

	методов физического воспитания и укрепления здоровья; – способами физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности.		
Б1.О.05.ДВ.01.02	Спортивные игры 1.Цель: – формировать физическую культуру личности и способность направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психической подготовки, а также самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности. Задачи: – всестороннее и гармоничное развитие физических качеств и повышение уровня физической подготовленности обучающихся в процессе физкультурно-спортивной деятельности; – совершенствование индивидуальных способностей студентов в условиях учебной работы на основе применения наиболее эффективных средств и методов спортивной тренировки; – овладение навыками и методикой ведения спортивных игр. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: Элективные курсы по физической культуре и спорту являются обязательными для освоения в ОПОП 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Изучение данной дисциплины базируется на знаниях и умениях, приобретенных по дисциплинам «Безопасность жизнедеятельности», «Физическая культура и спорт». 3.Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальной компетенции: УК-7. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: – законодательство РФ в области физической культуры и спорта, средства, методы, принципы физической культуры при совершенствовании функциональных возможностей организма человека; – основы здорового образа жизни студента, особенности использования средств физической культуры для поддержания и повышения уровня здоровья, для полноценной социальной и профессиональной деятельности. б) уметь: – применять средства и методы физической культуры для повышения физического развития и совершенствования; – правильно дозировать физическую и умственную нагрузку в процессе учебной и профессиональной деятельности; – осуществлять самоконтроль за состоянием своего организма во время самостоятельных занятий, использовать средства профессионально-прикладной физической подготовки для развития профессионально важных двигательных умений и навыков. в) владеть: – средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и укрепления здоровья; – способами физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности; – навыками спортивных игр.		Зачет
Б1.О.06	Культурология 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: – сформировать современные теоретические знания о культуре, способствующие формированию гуманистических и гуманитарных взглядов; – развить умения и навыки анализа и оценки экономических и социальных	2	Зачет

	процессов в обществе с учетом особенностей его прошлой и настоящей культуры. Задачи: - сформировать знания базовых ценностей мировой и отечественной культуры, готовность опираться на них в своём личностном и общекультурном развитии; - сформировать представления об основных разделах современного культурологического знания, культурологических проблемах; - сформировать умения анализировать и оценивать культурно-исторические процессы в их динамике и взаимосвязи; - сформировать умения ясно, логично формулировать, излагать и аргументировать собственную позицию по значимым социальным проблемам. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Культурология», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплин: «История (история России, всеобщая история)», «Философия». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование у обучаемых универсальных и общепрофессиональных компетенций: УК-5; ОПК-3. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: – особенности формирования культурологии как науки; – структуру культурологического знания; – место и роль культурологии в системе наук; б) уметь – объяснить феномен культуры; – применять понятия культурологии для анализа социальных явлений и процессов и прогнозирования возможного их развития в будущем; – ставить цель и выбирать пути её достижения с учетом культурного контекста; в) владеть: – навыками формулировать и верно, ясно, аргументировано излагать собственное видение проблем и путей их решения в сфере культурной коммуникации; – способностью к обобщению, анализу, восприятию культурологической информации.		
Б1.О.07	Русский язык и культура речи 1.Цели и задачи дисциплины: Цель: – усовершенствование знаний, умений и навыков грамотного использования нормативных языковых средств в речевых ситуациях профессиональной деятельности. Задачи: – получение теоретических знаний о языке как сложной многоуровневой системе; – изучение системы норм современного русского литературного языка на всех уровнях языковой структуры; – анализ функционально-стилевой дифференциации современного русского литературного языка, знакомство с языковыми особенностями всех выделяемых стилей; – формирование навыков общения в различных сферах деятельности - научной, официально-деловой, общественно-политической, бытовой; – ознакомление с коммуникативно-прагматическим подходом к изучению языка, закономерностями, основными принципами и правилами общения; – развитие умений работы с различными типами словарей и другими видами справочной литературы; – формирование навыков применения полученных теоретических знаний	2	Зачет

	в реальной коммуникации. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Русский язык и культура речи», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплин: «Культурология». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальных и общепрофессиональных компетенций: УК-4, ОПК-1. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: – основные разделы и проблемы теоретического языкознания, формы и способы мышления, формы речи, ее разновидности, особенности функциональных стилей русского языка, речевой деятельности. б) уметь: – логично и лаконично излагать нужный лингвистический материал, четко выражать свои мысли, прибегать к конкретизации и обобщению; — анализировать и совершенствовать свою речь; в) владеть: – знаниями о языковых универсалиях и факторах, влияющих на развитие языка; – профессионально значимыми устными и письменными жанрами.		
Б1.О.08	Высшая математика 1. Цель и задачи дисциплины: – сформировать и развить способности к логическому мышлению, исследованию и решению математически формализованных задач; – обучение основным математическим методам, необходимым для анализа и моделирования процессов и явлений, ознакомление с методами обработки и анализа, численных и натурных экспериментов; – выработка умения анализировать полученные результаты, навыков самостоятельного изучения литературы по математике и ее приложениям; – обучить основным понятиям, положениям и методам курса математики, навыкам построения математических доказательств путем непротиворечивых логических рассуждений, методам решения задач. Задачи: – дать представление о математике как особом способе познания мира, общности ее понятий и представлений; – научить использовать основные понятия и методы линейной алгебры, научить употреблять математическую символику, научить аналитическому и численному решению алгебраических уравнений и систем, привить навыки использования основных приемов обработки экономических данных; – обучить работе с основными математическими объектами, понятиями, методами, в частности, обучить методам дифференциального и интегрального исчисления методам интегрирования и исследования дифференциальных уравнений первого порядка и их систем, уравнений, допускающих понижение порядка, методам решения линейных дифференциальных уравнений, решения систем дифференциальных уравнений, функционального и комплексного анализа, а также знакомство с различными приложениями этих методов. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: изучение данной дисциплины базируется на знании курса «Алгебра» и «Геометрия» в объеме курса средней общеобразовательной школы. Освоение данной дисциплины является основой для последующего изучения дисциплины «Теория и практика информационно-аналитической работы». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения	6	Зачет, Экзамен

	дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальной компетенции: УК-1. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: – основные понятия и методы линейной алгебры, знать математические модели простейших систем и процессов в социально-экономических системах; б) уметь: – применять полученные знания по математике при изучении других дисциплин, использовать математические методы в прикладных задачах профессиональной деятельности. в) владеть: - методами аналитического и численного решения алгебраических уравнений и систем, - навыками применения современного математического инструментария для решения экономических задач, - навыками использования основных приемов обработки экспериментальных данных; - навыками применения современного математического инструментария для решения экономических задач, использования основных приемов обработки экспериментальных данных.		
Б1.О.09	Социология массовых коммуникаций 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: – приобретение обучающимися знаний и умений исследования социологического способа изучения массовой коммуникации; развитие самостоятельности мышления с учетом получения нового знания. Задачи: - изучить историю возникновения массовых коммуникаций в обществе; - изучить средства массовой коммуникации как социальную подсистему; - изучить основы, сущность, методы и инструменты социологических исследований в рекламе и связях с общественностью. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины, относятся знания, умения и готовности обучающегося, сформированные в процессе изучения дисциплин: «Культурология», «История (история России, всеобщая история)». Учебная дисциплина является предшествующей для дисциплин «Основы теории коммуникации», «Психология массовых коммуникаций» и др. 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальной компетенции: УК-5. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: – основы, сущность, методы и инструменты социологических исследований в рекламе и связях с общественностью; – специфику использования интернет-технологий в социологическом исследовании; – социологические методы изучения аудитории массовых коммуникаций; б) уметь: – использовать социологические методы изучения аудитории массовых коммуникаций, оценивать эффективность массовой коммуникации; – использовать СМИ в формировании общественного мнения; в) владеть: – навыками организации социологических исследований в средствах массовой коммуникации с учетом межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском аспектах.	2	Зачет
Б1.О.10	Экономическая теория	8	Зачет,

	1. Цели и задачи дисциплины: Цель: – сформировать системные знания современной микроэкономической и макроэкономической теории. Задачи: – изучить принципы и законы функционирования рыночной экономики; – изучить основы микроэкономического и макроэкономического моделирования и анализа; – освоить содержание базовых терминов и понятий, используемых при изучении других экономических дисциплин; – изучить принципы и законы функционирования рыночной экономики на макроуровне (регион, государство, межгосударственное взаимодействие) и микроуровне; 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: При изучении дисциплины «Экономическая теория» формируются «входные» знания, умения, опыт и компетенции, необходимые для успешного освоения дисциплин: «Статистика», «Основы менеджмента», «Экономика организации» и др. 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных универсальных и общепрофессиональных компетенций: УК-1; ОПК-2. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: – закономерности функционирования современной экономики на микро- и макроуровне; – основные понятия, категории и инструменты экономической теории; – основные особенности ведущих школ и направлений экономической науки; – основные особенности российской экономики, ее институциональную структуру, направления экономической политики государства. б) уметь: – анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микро- и макроуровне; – выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий; – использовать источники экономической, социальной, управленческой информации; – анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей; – строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты; – прогнозировать на основе стандартных теоретических и эконометрических моделей поведение экономических агентов, развитие экономических процессов и явлений на микро- и макроуровне; – представлять результаты аналитической и исследовательской работы в виде выступления, доклада, информационного обзора, аналитического отчета, статьи в) владеть: – методологией экономического исследования; – методами и приемами анализа экономических явлений и процессов с помощью стандартных теоретических и эконометрических моделей; навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений.		Экзамен
Б1.О.11	Информатика 1. Цели и задачи дисциплины:	6	Зачет, Экзамен

	Цель: – сформировать знания о принципах построения и функционирования вычислительных машин, организации вычислительных процессов на персональных компьютерах и их алгоритмизации, программном обеспечении персональных компьютеров и компьютерных сетей, а также эффективном применении современных информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности. Задачи: – изучить теоретические основы информатики и обучить навыкам использования прикладных систем обработки экономических данных и систем программирования для персональных компьютеров и локальных компьютерных сетей. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: Для изучения дисциплины необходимо знание обязательного минимума содержания среднего образования по информатике. Дисциплина является предшествующей для дисциплин: «Текстовые редакторы», «Электронные таблицы», «Диджитал маркетинг», «SMM (Маркетинг в социальных сетях)», «Создание сайта» и др. 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных универсальных и общепрофессиональных компетенций: УК-1; УК-2; ОПК-6. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: – принципиальные основы устройства компьютера; назначение, основные функции операционных систем и средства их реализации; – технологии решения задач экономической деятельности с помощью инструментальных средств информационных технологий; – основные понятия, принципы построения и технологию работы с базами данных; – основные понятия сетей ЭВМ (локальных и глобальных), понятия сети Internet, методы поиска информации в сети Internet; б) уметь: – использовать полученные знания по основным функциям операционных систем для решения задач обучения, связанных с применением готовых компьютерных информационных материалов; – использовать изученные инструментальные средства информационных технологий для решения практических задач экономической деятельности; – создавать и использовать несложные базы данных; – искать информацию и обмениваться ею в сети Internet; в) владеть: – навигацией по файловой структуре компьютера и управления файлами; – технологией создания научно-технической документации различной сложности с помощью текстового процессора Microsoft Word; – технологией решения типовых информационных и вычислительных задач с помощью табличного процессора Microsoft Excel; – технологией решения типовых экономических задач с помощью финансовых функций табличного процессора Microsoft Excel; технологией поиска и обмена информацией в глобальных и локальных компьютерных сетях.		
Б1.О.12	Основы социального государства 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: – сформировать представления о социальной политике государства, ее актуальных проблемах, процессах развития основных институтов гражданского общества. Задачи: – привить навыки использования категориального аппарата социальной политики;	3	Зачет

	– овладеть навыками анализа проблем государственного управления, современных социальных явлений и процессов; – формировать умения определять основные интересы различных субъектов социальной политики, в том числе субъектов государственного управления; – выявлять, рассматривать социальные явления и процессы с позиций различных субъектов политики; – выработать способности к инновационному, конструктивному мышлению, принятию политических решений в области регулирования социальной сферы. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Основы социального государства», относятся знания, умения и готовности обучающегося, сформированные в процессе изучения дисциплин: «Культурология», «История (история России, всеобщая история)». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общекультурных и общепрофессиональных компетенций: УК-5. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: – основы функционирования социального государства; – теоретические основы возникновения социального государства как государства нового цивилизационного типа; – принципы, цели и направления социальной политики государства; – приоритеты социального развития Российской Федерации; – принципы организации социальной экспертизы и социального аудита; – сущность и значение социальной информации в развитии современного общества; – основные методы, способы и предложения по решению социальных проблем; б) уметь: – исследовать теоретические основы формирования социального государства и его модели; – использовать основные положения и приоритеты социальной политики государства при решении социальных и профессиональных задач; – соблюдать основные правовые и юридические законы Российской Федерации, касающиеся социальной политики; – разрабатывать предложения и рекомендации по решению социальных проблем; в) владеть: – юридическими и правовыми знаниями, – способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей построения социального государства; – навыками по проведению социального аудита и социальной экспертизы; – навыками по повышению социальной ответственности гражданина социального государства; – навыками адекватного анализа проводимых в России социальных преобразований на этапе становления социального государства.		
Б1.О.14	Профсоюзы в системе социально-трудовых отношений 1. Цель и задачи дисциплины Цель: – сформировать знания о специфике профсоюзов как института гражданского общества; – сформировать знания о месте и роли профсоюзов в системе социально - трудовых отношений. Задачи: – сформировать знания об истории возникновения профсоюзного движения в России и за рубежом; – сформировать представления об основных направлениях деятельности российских профсоюзов на современном этапе;	3	Зачет с оценкой

	– овладеть базовым понятийным аппаратом предмета «Основы профсоюзного движения» и развитие навыков критического анализа процессов и проблем в профсоюзах; – сформировать умение логично формулировать, излагать и аргументировать собственную позицию по значимым социальным проблемам. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося К исходным требованиям, необходимым для освоения дисциплины относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплин «История (история России, всеобщая история)», «Основы социального государства». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальных и общепрофессиональных компетенций УК-3; ОПК-4. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: – знать роль и место профсоюзов в системе гражданского общества; – этапы развития международного и российского профсоюзного движения; – содержание основных направлений деятельности профсоюзов в современном обществе; – основные понятия и категории дисциплины «Основы профсоюзного движения» б) уметь: – анализировать роль профсоюзов в системе социально-трудовых отношений; – оценивать практическую деятельность профсоюзов, по защите социально-экономических прав и интересов работников; – применять свои знания в профессиональной деятельности при решении задач, которые связаны с социально-трудовыми отношениями в обществе; в) владеть: – навыками анализа и оценки социальных процессов и событий; – навыками сбора и обработки информации по проблемам профсоюзного движения в России и за рубежом.		
Б1.О.14	Основы маркетинга 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: – сформировать теоретические знания в области маркетинга, знания, умения и навыки, позволяющие организовать информационную поддержку процесса принятия маркетинговых решений. Задачи: – развить высокую культуру экономического мышления; – ознакомить и закрепить знания в части понятийного аппарата маркетинга как науки; – развить способности умелого использования студентами полученных знаний при практическом применении основ маркетинга. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: взаимосвязь с учебными дисциплинами «Экономическая теория», «Социология массовых коммуникаций». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общепрофессиональных и профессиональных компетенций: ОПК-4, ПКО-3. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: – стандарты, принятые в организации для составления экономических разделов планов и в частности плана продаж и маркетинга; – источники и содержание отечественной и зарубежной статистики о	8	Зачет, Экзамен

	социально-экономических процессах и явлениях, в том числе в области маркетинга; – формы организации групповой деятельности в области маркетинга. б) уметь: – выполнить анализ расчётов экономических разделов планов; – выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей на основе результатов анализа и интерпретации данных отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, в том числе в области маркетинга; – организовать работу малой группы при реализации маркетинговых исследований. в) владеть: – методикой анализа экономических разделов планов; – современными методами оценки, анализа и интерпретации данных отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, в том числе в области маркетинга; – навыками организации коллективной работы в области маркетинга.		
Б1.О.15	Статистика 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: – сформировать теоретико-методологические основы сбора, обработки и анализа статистических данных, на этой основе выработать навыки выявления статистических закономерностей и взаимосвязей в экономической среде. Задачи: – сформировать навыки работы с экономической, нормативно-правовой литературой, официальными статистическими справочниками, статистической информацией в глобальных компьютерных сетях, описывающих состояние и тенденции развития социально-экономической жизни общества; – освоить методы сбора, обработки и анализа статистических показателей в социально-экономической среде; – научить делать обобщающие выводы, вытекающие из анализа, выявлять закономерности и взаимосвязи между статистическими данными; – выработать навыки пользования программами ПК для вычисления и наглядного представления статистической информации. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: для изучения данного курса предполагается наличие базовых представлений в области общей экономической теории, математики. 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общепрофессиональных компетенций: ОПК-2. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: – основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления статистической информации; – социальный и экономический смысл статистических показателей и методику их расчета; – официальные статистические издания в РФ, в т.ч. в глобальных компьютерных сетях. б) уметь: – осуществлять комплексный статистический анализ изучаемых явлений и процессов; – выполнять необходимые расчеты и формулировать обобщающие выводы; – использовать в работе специальную литературу, справочный материал и средства вычислительной техники, с использованием современных ПК-программ; в) владеть:	3	Зачет с оценкой

	методами сбора, обработки статистических данных с использованием ПК-программ, современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей, характеризующих социально-экономические процессы и явления.		
Б1.О.16	Стилистика и литературное редактирование 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: – 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. Задачи: - развить 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. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: для освоения дисциплины необходимы знания дисциплин: «Русский язык и культура речи». Дисциплина является предшествующей для изучения следующих дисциплин: «Копирайтинг», «Создание медиаконтента для PR». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие общепрофессиональной компетенции: ОПК-3. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: – организацию, подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы. б) уметь: – подобрать соответствующие задачам рекламной кампании формы рекламной продукции, определять целевые аудитории и подбирать адекватные ресурсы для создания рекламы. в) владеть: – приемами продвижения рекламного продукта с помощью коммуникационных технологий на рекламном рынке, методами делового партнерства, методами получения и распространения информации.	3	Зачет
Б1.О.17	Основы менеджмента 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: – сформировать системный подход в управлении предприятиями, организациями, учреждениями. Задачи: – обучить возможностям улучшения методов и форм организации производства, путем прогресса в области повышения производительности, гибкости и оперативности производства. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: основаны на учебном курсе: «Экономическая теория». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальных компетенций: УК-1, УК-3, УК-6, УК-9. В результате изучения дисциплины студент должен:	4	Экзамен

	а) знать: – основные особенности российской экономики, ее институциональную структуру, направления экономической политики государства; – принципы развития и закономерности функционирования организации; – принципы целеполагания, виды и методы организационного планирования; – типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования; – основные виды и процедуры внутриорганизационного контроля; – виды управленческих решений и методы их принятия; – основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами; б) уметь: – выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий (анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию; анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию; организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач; анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности) – осуществлять поиск информации по полученному заданию, сбор, анализ данных, необходимых для решения поставленных задач; – осуществлять выбор инструментальных средств для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы; – представлять результаты аналитической и исследовательской работы в виде выступления, доклада, информационного обзора, аналитического отчета, статьи; в) владеть: – методологией экономического исследования (методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль); – современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных (современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации); навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений.		
Б1.О.18	Экономика организации 1.Цели и задачи дисциплины: Цель: – формирование системного и целостного представления о механизме, основных принципах и закономерностях функционирования фирмы в условиях конкуренции. Задачи: – исследовать комплекс взаимосвязей хозяйствующих субъектов и производств; – изучать формы проявления объективных экономических законов, разрабатывая системы и методы хозяйственного руководства с целью повышения эффективности производства и повышения финансовой устойчивости деятельности организации. 1. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: Изучение дисциплины «Экономика организации» базируется на «входных» знаниях, умениях и готовностях обучающихся, формируемых в результате освоения в качестве предшествующих таких дисциплин, как «Экономическая теория». Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения	3	Зачет

	дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальных компетенций: УК-1, УК-9. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: – понятия и содержание основных экономических показателей деятельности фирмы; – определять их взаимосвязь и взаимообусловленность, а также влияние на конечные результаты деятельности фирмы; б) уметь: – рассчитывать основные экономические показатели и факторы, их определяющие; в) владеть: навыками экономических расчетов и моделирования различных показателей, определяющих динамику эффективной и устойчивой деятельности предприятия.		
Б1.О.19	Основы теории коммуникаций 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: сформировать у студентов теоретическое и методологическое представление о коммуникации, междисциплинарности исследований коммуникативных систем различных уровней, выявить историко-философское основание различных теоретических подходов. Задачи: - познакомить с содержанием основных теоретических концепций и терминов, используемых в современной коммуникативистике; - сформировать у студентов представление об основных исследовательских подходах в изучении коммуникации, применяемых в мировой и отечественной науке; - сформировать необходимые знания и навыки практического применения и использования методики и основных методов изучения процессов коммуникации; - ознакомить с историческими вехами возникновения и развития коммуникации с целью выделения из общей теории массовой коммуникации узловых моментов, дающих представление специалистам по связям с общественностью о процессах коммуникации; - изучить типы, виды, функции коммуникаций, формы, модели и структурные компоненты коммуникации; - изучить содержание коммуникации, семиотики языка и других базовых знаний; - ознакомить студентов со спецификой коммуникаций в различных сферах социальной жизни, освоить методы исследования коммуникации. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Основы теории коммуникаций», относятся знания, умения и готовности обучающегося, сформированные в процессе изучения дисциплин: «Культурология», «Социология массовых коммуникаций». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общепрофессиональных и профессиональных компетенций: ОПК-5, ПКО-3. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: - основы теории коммуникации как акта общения, состоящего в обмене сообщениями с целью достижения определенного эффекта, коммуникации как вида деятельности с определенными методами и навыками достижения планируемого эффекта; основные концепции и методы изучения основ теории коммуникации; ключевые понятия основ теории коммуникации; процесс и структуру коммуникации; - модели коммуникации; различные виды, формы, средства и методы	6	Экзамен

	коммуникации; основы семиотических аспектов коммуникации; основные информационные каналы и их коммуникативную роль; - действующие факторы и барьеры эффективной коммуникации; - характеристики коммуникативной личности, в том числе в профессиональной сфере, основные закономерности формирования коммуникативной личности; - сущность и функции коммуникации в сфере PR и рекламы; - причины возникновения барьеров коммуникации; - основы коммуникации как вида деятельности с определенными методами и навыками достижения планируемого эффекта; - особенности межличностной и групповой коммуникации; - особенности массовой коммуникации; - факторы, способствующие воздействию массовой коммуникации, средств массовой коммуникации (СМК); - пути повышения эффективности коммуникации; б) уметь: - соотносить теоретические схемы изучения коммуникации с практикой мировой культуры; - анализировать получаемую через средства массовой коммуникации информацию и использовать ее; - анализировать эффективность коммуникации, определять причины ее неэффективности; - прогнозировать сценарии коммуникации в процессе практической деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом факторов организации эффективного коммуникационного процесса; - использовать те коммуникативные стратегии и тактики, которые содействуют успешной коммуникации; - анализировать коммуникативную сторону деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью и различать ее разновидности; - определять эффективные / неэффективные стратегии и тактики в коммуникационном процессе; - применять полученные знания при выявлении и объяснении фактов и процессов коммуникации; - учитывать знания об особенностях коммуникации в индивидуальной практике, исполнять коммуникативную роль в соответствующей коммуникативной ситуации; - распознавать причины возникновения барьеров и вносить коррективы в процесс коммуникации; в) владеть: - навыками самопрезентации (уметь создавать свой профессионально-коммуникационный имидж); - методами анализа коммуникации в кросскультурном пространстве; - навыками гармоничного общения в студенческой и будущей профессиональной среде с учетом наработанных теорией способов достижения эффективной коммуникации; - основными стратегиями и тактиками, наиболее эффективными в разных видах коммуникации; - навыками анализа практической деятельности в сфере журналистики, рекламы и связей с общественностью с точки зрения эффективной коммуникации.		
Б1.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений		
Б1.В.01	Теория и практика информационно-аналитической работы 1.Цели и задачи дисциплины: Цель: - сформировать у студентов базовые теоретические и практические знания, необходимые для осуществления информационно-аналитической работы (ИАР) с материалами СМИ и других открытых источников. Задачи: - развить интерес к информационной и аналитической работе и творческий подход при ее выполнении; - сформировать знания и умения использования современного инструментария проведения информационно-аналитической работы;	8	Зачет Экзамен

	- сформировать навыки создания и редактирования информационно-аналитических текстов; - сформировать навыки статистической обработки текстовой информации и визуализации полученных результатов. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Теория и практика информационно-аналитической работы», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплины «Высшая математика», «Информатика». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины: процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальных и профессиональных компетенций: УК-1, УК-2, ПКР-1. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: - ключевые понятия, цели и задачи ИАР; - правила организации и базовые схемы реализации ИАР; - методы и инструменты ИАР; - характерные ошибки, которых следует избегать при проведении ИАР. б) уметь: - составлять и описывать модель проведения конкретной ИАР; - проводить аналитическую обработку информации по различным параметрам; - подготавливать итоговые обзоры и заключения по результатам анализа; в) владеть: - навыками использования современных инструментов, применяемых при проведении ИАР, включая как общедоступные информационно-поисковые и аналитические системы, так и профессиональные (предоставляющие ограниченный платный доступ к своим ресурсам).		
Б1.В.02	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: - сформировать у студентов знания и умения по работе в сфере маркетинговых информационных систем и проведению маркетинговых исследований; освоению методов и приемов, применяемых в маркетинговых исследованиях; применению полученных знаний и навыков в практической деятельности. Задачи: - изучить содержание и направления маркетинговой деятельности; - изучить специфику процесса маркетинговых исследований; - изучить принципы измерений в маркетинговых исследованиях; - сформировать навыки разработки и реализации плана маркетинговых исследований; - сформировать навыки исследования потребителей; - сформировать навыки изучения конкурентов и завоевания преимуществ в конкурентной борьбе; - проанализировать специфику изучения нового товара; - сформировать навыки маркетинговых исследований рекламной деятельности; - овладеть методами и приемами ситуационного анализа. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплины «Основы маркетинга», «Информатика», «Высшая математика». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины: процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие профессиональных компетенций: ПКО-1, ПКО-3. В результате изучения дисциплины студент должен:	5	Экзамен, Курсовая работа

	а) знать: - ключевые понятия, цели, задачи, методы маркетинговых исследований и ситуационного анализа; этапы планирования и проведения маркетинговых исследований; виды маркетинговых исследований; - способы организации маркетинговых исследований, методы обработки данных справок, обзоров и прогнозов. б) уметь: - разрабатывать концепцию проведения маркетинговых исследований; выбирать пригодные в конкретных ситуациях методы проведения маркетинговых исследований; - составлять отчетную документацию, с анализом проведенных исследований, готовить презентационные материалы с полученными в ходе исследования данными; в) владеть: - навыками анализа маркетинговых проблем; методами обработки полученной информации; - описательными методами анализа количественных данных, навыком анализа первичной и вторичной информации; технологиями построения и обработки полученных данных для прогнозирования различных рыночных ситуаций		
Б1.В.03	Теория и практика создания рекламного продукта 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: - сформировать у студентов комплекс знаний, навыков и компетенций для осуществления профессиональной деятельности в сфере разработки концепции и производства рекламного продукта, фирменного стиля компании. Задачи: - сформировать у студентов представление о многогранности и креативности профессиональной деятельности по производству рекламного продукта; - сформировать у студентов понимание значимости художественного творчества и искусства в рекламном сообщении; - выработать аналитические способности в области оценки эффективности и художественной ценности рекламных продуктов; - обучить основам проектирования фирменного стиля компании, разработки концепции и производства элементов рекламы. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Теория и практика создания рекламного продукта», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплины «Культурология», «Основы маркетинга». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины: процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие профессиональных компетенций: ПКО-3. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: - основные положения теории коммуникации, функциональные стили и жанровые разновидности русского литературного языка, коммуникативные качества речи, правила подготовки публичного выступления, нормы речевого этикета; - теоретические основы разработки правильных путей и средств в принятии необходимых решений, профессиональные требования к использованию интегрированных маркетинговых коммуникаций, принципы внешней и внутренней коммуникации; - специфику организации, подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы. б) уметь: - применять на практике правила продуцирования текстов основных	3	Зачет

	жанров, объяснять закономерности развития языка редактировать тексты; - осуществлять организацию и сбор материала к выпуску рекламной продукции, использовать принципы выполнения текстовых и графических заданий; - использовать методические средства разработки и производства рекламного продукта с графическими и текстовыми элементами, заниматься подготовкой презентаций для позиционирования рекламного продукта; в) владеть: - основами речи, знанием её видов, правилами речевого этикета и ведения диалога, законами композиции и стиля, приёмами убеждений; - приемами продвижения рекламного продукта с помощью коммуникационных технологий на рекламном рынке, методами делового партнерства, методами получения и распространения информации; - приемами продвижения на рынке рекламного продукта с использованием коммуникативных мероприятий, презентаций и рекламирования. - методами отбора современных информационно-коммуникационных технологий, интернет-технологии и специализированных программных продуктов в целях создания рекламного продукта		
Б1.В.04	Продакт-менеджмент 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: - развить компетенции, необходимые для успешной карьеры на должности product-менеджера., изучить подходы и инструменты, используемые в управлении продуктами. Задачи: - изучить позицию Продакт-менеджера в компании, его функциональные обязанности, ответственность, требования к квалификации. - сформировать знания о жизненном цикле управления продуктом и мастер-плане продукта; - знать подходы и методы генерирования идей; - сформировать умения и навыки осуществления маркетинговой аналитики и исследования «голоса клиента»; - сформировать основы Дизайн-мышления; - изучить сущность Stage-Gate подхода к разработке новых продуктов; - изучить сущность Эджайл подходов к разработке новых продуктов; - сформировать систему знаний о специфике формирования финансов компании и методах прогнозирования продаж нового продукта. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Продакт-менеджмент», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплины «Экономическая теория», «Основы маркетинга». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины: процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальных и профессиональных компетенций: УК-9, ПКО-1. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: - позицию Продакт-менеджера в компании, его функциональные обязанности, ответственность, требования к квалификации; - жизненный цикл управления продуктом и мастер-план продукта; - подходы и методы генерирования идей; - сущность Stage-Gate подхода к разработке новых продуктов; - сущность Эджайл подходов к разработке новых продуктов; - специфику формирования финансов компании и методах прогнозирования продаж нового продукта. б) уметь: - осуществлять маркетинговую аналитику и исследования «голоса клиента»; - управлять продуктами; - осуществлять оценку эффективности деятельности по управлению продуктами;	4	Зачет

	в) владеть: - навыками Дизайн-мышления; - навыками product-менеджмента.		
Б1.В.05	Теория и практика дизайна 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: – сформировать у студентов знания и умения в части основ рекламного и графического дизайна, позволяющие грамотно ориентироваться в вопросах разработки и публикации рекламной продукции. Задачи: - изучить специфику современного дизайна в сфере рекламы и корпоративных коммуникаций (в потребительском, промышленном и территориальном брендинге); - сформировать понимания принципов, логики и технологий современного дизайн-проекта и дизайн-продукта; - овладеть теоретическим и практическим материалом, способностью свободно ориентироваться в данном предмете и взаимодействовать с разработчиками и заказчиками дизайн- продукта. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Теория и практика дизайна», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплины «Теория и практика создания рекламного продукта», «Основы маркетинга». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины: процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие профессиональных компетенций: ПКО-2. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: - понятийно-категориальный аппарат дисциплины; - основные этапы развития дизайна; - основные международные дизайн-школы; - основные стили дизайна; - особенности и отличия, основные виды и направления дизайна; - основные инструменты дизайна; - основные тенденции в графическом и рекламном дизайне; - принципы визуальной идентификации; - типологию визуального брендинга; - основные стратегии и типы корпоративного редизайна; - инструменты и этапы разработки и механизмы работы с дизайн проектом. б) уметь: - свободно ориентироваться в технологиях, направлениях и функциях современного рекламного дизайна; - анализировать мировые и российские образцы профессионального и эффективного дизайна; - взаимодействовать с разработчиками в области дизайна; в) владеть: - основными навыками адекватной оценки качества услуг разработчиков и дизайн продукта; - навыками управления процессом разработки дизайн проекта; - навыками постановки задач дизайн разработчикам.	5	Экзамен
Б1.В.06	Теоретические основы PR 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: – сформировать знания о роли и месте связей с общественностью в современном обществе, знания о методах, техниках и технологиях, применяемых в связях с общественностью, основных направлениях и сферах PR-деятельности. Задачи: - обозначить роль и место связей с общественностью в современном обществе, среди других смежных дисциплин;	6	Экзамен

	- изучить основные принципы, направления и сферы деятельности связей с общественностью; - дать знания об особенностях работы специалистов по связям с общественностью в различных сферах социальной действительности; - сформировать у студентов представление о профессиональных обязанностях, этических нормах и правилах поведения специалиста по связям с общественностью; - сформировать у студентов навыки анализа явлений социальной действительности с позиций специалиста по связям с общественностью познакомить студентов с важнейшими тенденциями развития PR. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Теоретические основы PR», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплины «Социология массовых коммуникаций», «Основы социального государства», «Культурология». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины: процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальной компетенции: УК-1. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: - роль и место связей с общественностью в современном обществе; - принципы связей с общественностью; - функции PR-специалиста; - историю возникновения и развития связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности в РФ и за рубежом; - методы, техники и технологии связей с общественностью; - основы проектной деятельности в связях с общественностью; - знать основные концепции организации общественных связей за рубежом и в России; - знать основные тенденции развития мирового PR; - знать особенности развития связей с общественностью в современной России; б) уметь: - определять эффективные каналы выхода на различные целевые аудитории; - разрабатывать информационные и коммуникационные кампании; - использовать новые медиа в PR-деятельности; в) владеть: - профессиональной лексикой; - методиками, методами, и технологиями в различных отраслях связей с общественностью; - методиками оценки эффективности PR-деятельности.		
Б1.В.07	Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: - сформировать систему знаний правовых основ регулирования рекламной и PR-деятельности, законодательства, регулирующего информационную и рекламную деятельность в России и за рубежом, основных принципов и тенденций развития правового регулирования, навыков практического применения законодательства о рекламе и PR. Задачи: – повысить качество правовых знаний в области рекламы и связей с общественностью; – обучить правильному применению знаний в профессиональной деятельности: умение анализировать, давать оценку правоотношениям, в ситуации, связанной с нарушением правовых норм, искать и находить правильный выход из нее. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы»,	4	Зачет

	относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплины «Основы социального государства», «Культурология». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины: процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальных компетенций: УК-2, УК-10. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: - соотношение закона и других социальных норм; - сущность свободы слова как правового института; - содержание прав работника в профессиональной деятельности, связанной с рекламой и связями с общественностью и порядок их защиты; - понятие юридической ответственности субъекта информационной сферы и ее виды; б) уметь: - характеризовать формы и гарантии свободы слова; - характеризовать правовое положение субъектов информационной деятельности; в) владеть: - навыками применения норм права; - навыками поиска необходимой информации для пополнения правовых знаний; - навыками неукоснительного выполнения должностных обязанностей; - навыками уважения к правам и свободам человека и гражданина.		
Б1.В.08	Конфликтология 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: - сформировать представления о сущности конфликтов, основных функциях и типах конфликтов, возникающих в различных сферах человеческого взаимодействия, выявление основных принципов и методов управления организационными конфликтами. Задачи: - рассмотреть комплекс вопросов, о причинах, особенностях и закономерностях возникновения, развития и функционирования конфликтов; - дать представление о методах и способах разрешения и предотвращения конфликтов; - научить анализировать основные психологические характеристики личности с точки зрения формирования стратегий поведения в конфликтных ситуациях; - сформировать необходимые навыки управления поведением в условиях конфликта. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Конфликтология», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплины «Социология массовых коммуникаций», «Культурология». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины: процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальных компетенций: УК-3, УК-5. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: - основные положения конфликтологии; - функции, структуру и динамику и конфликта в коллективе; - современные технологии разрешения конфликтов; - принципы бесконфликтного руководства; б) уметь: - разбираться в основных типах конфликтов; - различать стадии развития конфликта;	4	Зачет

	- понимать и оценивать позиции различных участников и сторон конфликтных взаимодействий; - анализировать взаимоотношения в коллективе; в) владеть: - навыками конструктивно-партнерских взаимоотношений в коллективе; - развитыми навыками по успешному разрешению конфликтов; - навыками публичной речи, аргументации, ведения переговоров; - навыками противостояния манипуляции; - методами профилактики и нейтрализации межличностных конфликтов; - методами оптимизации сотрудничества людей в организациях.		
Б1.В.09	Копирайтинг 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: - Сформировать у студентов теоретические знания и профессиональные компетенции, связанные с решением комплексных задач по разработке содержания рекламных текстов, сообщений, слоганов, включая их текстовую и иллюстративную составляющие. Задачи: - изучить специфику современного дизайна в сфере рекламы и корпоративных коммуникаций (в потребительском, промышленном и территориальном брендинге); - сформировать понимания принципов, логики и технологий современного дизайн-проекта и дизайн-продукта; - овладеть теоретическим и практическим материалом, способностью свободно ориентироваться в данном предмете и взаимодействовать с разработчиками и заказчиками дизайн-продукта. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Копирайтинг», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплины «Русский язык и культура речи», «Стилистика и литературное редактирование», «Теория и практика создания рекламного продукта». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины: процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие профессиональной компетенции: ПКР-2. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: - основы теории копирайтинга; - типологию основных форм и типов рекламных текстов, законы их составления; - особенности работы копирайтеров в рекламных агентствах; - основные творческие техники и технологии создания рекламных текстов. б) уметь: - использовать мировой и отечественный опыт копирайтинга с учётом тенденций развития этой сферы на современном этапе; - производить и воспроизводить идеи, авторские ходы и преобразовать их в рекламный текст (продукт); - генерировать новые идеи; - применять на практике полученные теоретические знания; в) владеть: - навыками разработки вербальной части рекламных коммуникаций; - навыками реализации творческих концепций в соответствии с техническим (творческим) заданием для решения маркетинговых задач; - навыками разработки творческих идей по брифу; - навыками разработки нескольких вариантов решений, поиска нестандартных и наиболее приемлемых решений творческих задач; - навыками оперативного планирования и контроля профессиональной деятельности в области копирайтинга; - навыками публичной презентации результатов профессиональной деятельности.	8	Экзамен

Б1.В.10	Профессиональный иностранный язык 1.Цели и задачи дисциплины: Цель: – овладеть уровнем иноязычной коммуникативной компетенции, достаточным для решения коммуникативных задач в различных областях профессиональной сферы деятельности, при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования. Задачи: – расширить кругозор и повысить общую гуманитарную культуру студентов; – воспитать толерантность и уважение к духовным ценностям разных стран и народов; – развить когнитивные и исследовательские умения с использованием ресурсов на иностранном языке; – развить информационную культуру; – повысить уровень учебной автономии, способность к самообразованию. 2.Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Профессиональный иностранный язык», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплины «Иностранный язык». 3.Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины: процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальной компетенции: УК-4. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: – иностранный язык на уровне, обеспечивающем эффективную профессиональную деятельность; б) уметь: – использовать иностранный язык в профессиональной деятельности и межличностном общении; в) владеть: – навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении на иностранном языке; – навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке по проблемам бизнеса и экономики.	4	Экзамен
Б1.В.11	Поведенческая экономика 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: – сформировать у студентов цельное представление об закономерностях, различных психологических явлениях, эмоциях и групповой динамике, влияющих на принятие экономических решений. Задачи: - сформировать навыки самостоятельного анализа конкретных проблем принятия решений, с учетом особенностей восприятия, обработки информации, влияния социального окружения; - изучить факторы, оказывающие наибольшее влияние на принятие решения; - научить самостоятельно анализировать различные явления, значимые для принятия решений; - изучить психологические аспекты мотивации поведения; - исследовать реакции экономических агентов на те или иные воздействия; - исследовать влияние на индивида факторов окружающей среды; - обобщение фактов реальной деловой практики; - рассмотреть проблемы формирования успешных стратегий маркетинга. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Поведенческая экономика», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплины «Экономика»	8	Экзамен, Курсовая работа

	организации», «Экономическая теория», «Основы маркетинга». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины: процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие профессиональной компетенции: ПКО-1. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: - методологию поведенческой экономической теории; - методы принятия решений; - поведенческую теорию игр; - традиционные и поведенческие финансы; - экспериментальную экономику; - неэффективность рынков; - модели, основанные на предпочтениях и убеждениях инвесторов; - эмпирические правила. б) уметь: - применять инструментальный и методы поведенческой экономики, используя теорию ограниченной рациональности, теорию перспектив, парадокс Алле, теорию поведенческих финансов, эвристики, модель Талера; - анализировать поведение людей в ситуации принятия стратегического решения; в) владеть: - навыками применения инструментария и методов поведенческой экономики; - навыками проведения поведенческого анализа современной экономики; - навыками разработки эффективных стратегий воздействия на поведение экономических агентов.		
Б1.В.12	Теория и практика продаж 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: - сформировать у студентов компетенции, необходимые для построения эффективных систем активных продаж и прямого маркетинга. Задачи: - сформировать понимание сущности, принципов, функций и задач управления продажами; - ознакомить с ролью и развитием продаж в маркетинге, поведением покупателей и стратегией продаж; - освоить знания относительно организации службы сбыта, продаж и требований к профессиональной компетенции специалиста по продажам; - сформировать знания о каналах и продвижении продаж, о мотивации и подготовке кадров, о прогнозировании объемов продаж; - ознакомить с ответственностью персональных продаж и управления ключевыми клиентами, основанных на взаимоотношениях, информационных технологиях в продажах; - применение практических технологий по организации продаж с использованием маркетинговых подходов; - сформировать практические навыки по использованию знаний по управлению продажами для правильной организации продаж и оценки их эффективности. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Теория и практика продаж», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплины «Экономика организации», «Основы менеджмента», «Основы маркетинга». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины: процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие профессиональной компетенции: ПКО-3. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: - инструменты прямого маркетинга;	3	Экзамен

	- условия и факторы, определяющие эффективность инструментов прямого маркетинга; - основные элементы системы активных продаж. б) уметь: - применять инструменты прямого маркетинга и активных продаж на практике; в) владеть: - навыками составления планов внедрения инструментов прямого маркетинга и активных продаж в организации.		
Б1.В.13	Создание и управление репутацией бренда компании 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: - сформировать и развить знания и навыки в области брендинга, выработать у студентов профессиональное видение по созданию и управлению брендами. Задачи: - сформировать отношение к брендингу как к инструменту рыночной экономики; - изучить концепции построения бренда; - ознакомить студентов с зарубежной и российской практикой брендинга. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Создание и управление репутацией бренда компании», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплины «Основы маркетинга», «Основы менеджмента», «Теоретические основы PR». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины: процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие профессиональных компетенций: ПКО-1, ПКР-3. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: - роль 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; - методы управления репутацией бренда. б) уметь: - разрабатывать концепции позиционирования бренд-имиджа; - проводить анализ комплекса факторов, влияющих на восприятие бренда потребителями через различные каналы получения информация, включая собственный опыт использования бренда; - выявлять причины возникновения неудовлетворенных потребностей конкретным брендом, а также возможных путей её преодоления (смена бренда, смена восприятия и т.п.); - выявлять медиа-предпочтения потребителей для обеспечения оптимального числа возможностей для контакта с брендом; - определять выгоды от приобретения брендов целевыми сегментами. в) владеть: - навыками изучения влияния различных маркетинговых стимулов на восприятие брендов и поведение потребителей в отношении брендов; - навыками исследования восприятия брендов потребителями и интерпретации полученных результатов.	5	Экзамен
Б1.В.14	Создание рекламного креатива 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: - сформировать у студентов теоретические знания и профессиональные компетенции, связанные с решением комплексных задач по разработке творческой концепции рекламного продукта, развить навыки разработки	8	Экзамен, Курсовая работа

	содержания рекламных сообщений, включая их текстовую и иллюстративную составляющие, а так же о художественное воплощение. Задачи: - изучить сущность креативности как творческого процесса; - изучить сущность рекламного творчества; - изучить специфику художественно-творческого мышления как профессионального мышления рекламиста; - изучить методы активизации творческих идей при создании рекламного продукта; - изучить технологию разработки креативного брифа и креативной концепции на основе брифа; - изучить специфику использования методов Мозгового штурма и Синектики; - изучить основы создания рекламного образа, стереотипизации и фанки-креатива. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Создание и рекламного креатива», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплины «Основы маркетинга», «Теория и практика создания рекламного продукта». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины: процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие профессиональных компетенций: ПКО-1, ПКО-3. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: - основы теории рекламного творчества, современных креативных техник и технологий в рекламе; - методы и приемы активизации творческих идей при создании продукта в области рекламы и связей с общественностью; б) уметь: - производить и воспроизводить идеи, авторские ходы и преобразовать их в творческий продукт; - управлять основными этапами креативного процесса; - генерировать новые идеи; - применять на практике полученные теоретические знания. в) владеть: - навыками разработки творческих концепций в соответствии с техническим (творческим) заданием для решения творческих задач по разработке коммуникационной стратегии; - навыками разработки творческих идей по брифу; - навыками в области рекламного творчества, использования технологических приемов и способов осуществления рекламной деятельности в современной социокультурной ситуации.		
B1.B.15	Внутренние коммуникации 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: - сформировать у студентов практические умения и навыки в области организации взаимодействия субъектов экономики, общественных организаций, учреждений науки и культуры со средствами массовой информации, изучить коммуникативные формы и методы изучения социальной среды и воздействия на группы общественности. Задачи: - сформировать у студентов понимание о роли и месте внутренних коммуникаций в системе менеджмента организации; - сформировать системный подход к выстраиванию системы внутренних коммуникаций в организации и работе с инструментами внутренних коммуникаций; - освоить практические навыки работы с контентом корпоративных СМИ; - выработать системный подход к оценке эффективности внутренних коммуникаций, навыки структурирования, анализа и работы с	3	Зачет

	исследовательской информацией; - сформировать набор знаний и умений для работы внутри мультикультурных организаций и управления мультикультурными командами; - выработать умения использования аналитического и творческого подходов для выстраивания системы внутренних коммуникаций в организации. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Внутренние коммуникации», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплины «Культурология», «Социология массовых коммуникаций», «Основы теории коммуникаций». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины: процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие профессиональных компетенций: ПКО-3. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: - основные концепции и ключевые проблемы теории организационных коммуникаций, ее методологические основы, цели и функции внутрифирменных коммуникаций в системе менеджмента компании; - задачи, функции, виды, каналы и инструменты внутренних коммуникаций; - тенденции и проблемы в развитии данной сферы; б) уметь: - диагностировать, планировать, разрабатывать систему внутренних коммуникаций в соответствии с тактическими и стратегическими задачами развития компании. в) владеть: - навыками принятия и реализации управленческих решений в сфере внутренних коммуникаций; - навыками применения полученных знаний для решения конкретных управленческих задач.		
Б1.В.16	Создание медиаконтента для PR 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: - сформировать знания о механизмах и стратегиях производства современного медиа-контента как продукта интеграции информационных и коммуникативных технологий в единый информационный ресурс. Задачи: - изучить особенности современного медиаконтента; - овладеть алгоритмом подготовки различными типами медиаконтента; - анализировать и создавать различные типы контента в системе медиа-, социальных и бизнес-коммуникаций; - использовать механизмы убеждения, стратегии и тактики воздействия для подготовки медиаконтента; - изучить условия и факторы становления медиаотрасли в современной России. - изучить совокупность технологических средств и приемов передачи потребителю информационного сообщения в формате определенного медийного канала. - рассмотреть пути развития и способов финансирования медиапроектов; - познакомить с правилами и нормами правового оформления медийного проекта. - обрести навыки производства медиа-контента и медиа-проектов для PR. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Создание медиаконтента для PR», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплин «Теория и практика создания рекламного продукта», «Теоретические основы PR», «Копирайтинг». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения	5	Экзамен, Курсовая работа

	дисциплины: процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие профессиональных компетенций: ПКО-2, ПКР-3. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: - основные субъекты организации современного медиаконтента; - структуру, стратегии и тактики современного медиаконтента; - классификацию медиаконтента; б) уметь: - использовать алгоритм подготовки медиаконтента в различных коммуникативных ситуациях; - использовать приемы выразительности и средства воздействия в подготовке медиаконтента. в) владеть: - навыками подготовки различных типов контента в системе медиа-, бизнес- и социальных коммуникаций. - технологией создания медиапроекта.		
Б1.В.17	Диджитал маркетинг 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: - сформировать у студентов знания, навыки и компетенции, необходимые для организации эффективной деятельности, а также продвижения компаний и продуктов в Интернете. Задачи: - рассмотреть сущность, каналы и технологии цифрового маркетинга; - раскрыть сущность и технологии SEO; - рассмотреть процесс управления контекстной рекламой в поисковых системах и партнерских сетях; - проанализировать возможности WEB аналитики; - рассмотреть сущность контентного маркетинга, бесплатное продвижение и таргетированную рекламу в социальных сетях; - уточнить содержание и тенденции развития цифровой экономики и Big Data. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Диджитал маркетинг», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплин ««Основы маркетинга», «Информатика», «Основы теории коммуникации». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины: процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие профессиональных компетенций: ПКО-3, ПКР-1. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: - основные средства и инструменты продвижения и продаж в Интернете; - инструменты лидогенерации; - инструменты SEO – оптимизации, аналитики данных и повышения конверсии; б) уметь: - делать выбор среди современных инструментов интернет-маркетинга для реализации кратко-, средне- и долгосрочных маркетинговых задач организации; - настраивать различные системы интернет-рекламы и веб-аналитики; в) владеть: - методами анализа эффективности результатов деятельности компании в Интернете.	7	Зачет, Экзамен
Б1.В.18	Медиапланирование 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: - сформировать у студентов знания о технологии медиапланирования, а также сформировать у студентов базовый комплекс навыков, необходимых	4	Экзамен

	для разработки медиапланов. Задачи: - изучить ключевые понятия теории медиапланирования; - изучить основные параметры медиапланирования, этапы процесса планирования рекламных кампаний; - овладеть исследовательским инструментарием, который используется в процессе медиапланирования; - овладеть технологиями выбора рекламных носителей. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Медиапланирование», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплин «Основы менеджмента», «Создание медиаконтента для PR». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины: процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие профессиональных компетенций: ПКО-1, ПКО-3. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: - основополагающие понятия, термины и категории медиапланирования; - основные технологии медиапланирования; - модели прогнозирования рейтинга. б) уметь: - составить медиаплан и выполнить оценку его эффективности; - оценивать отбор носителей рекламы; - проводить ситуационный анализ (товар, аудитория, рынок). в) владеть: - традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности; - навыками работы с данными измерения аудитории и другими информационными источниками медиапланирования; - представлениями о сущности и структуре основных документов медиапланирования; - приемами и принципами составления медиапланов, основываясь на конкретно заданных параметрах.		
Б1.В.19	Ивент-менеджмент 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: - изучить все этапы подготовки и реализации ивент проектов; освоить практические навыки при планировании, разработке и проведении мероприятий; научить создавать и разрабатывать полноценный ивент проект; способствовать развитию креативного и нестандартного мышления. Задачи: - изучить понятия «ивент» и «ивент проект»; - раскрыть весь процесс создания мероприятия/ивент-проекта от идеи до реализации; - получить практические навыки творческого мышления; - изучить способы и методики применения различных технологий при планировании и реализации ивент-проектов; - изучить логику и принципы реализации любого ивент-проекта; - овладеть знаниями и инструментами для создания и разработки документации ивент проекта; - изучить новые технологии и тенденции в ивент индустрии; - получить практические навыки работы в команде при планировании и реализации проекта. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Ивент-менеджмент», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплин «Основы менеджмента», «Теория и практика создания рекламного продукта», «Создание рекламного креатива».	4	Экзамен

	3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины: процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие профессиональных компетенций: ПКО-1. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: - цели и задачи любого ивент проекта/мероприятия; - этапы подготовки и реализации ивент проекта/мероприятия; - передовые технологии в маркетинге, интертейнменте и других смежных индустриях для создания качественного контента ивент проектов/мероприятий. б) уметь: - формировать команду ивент- проекта и распределять обязанности внутри нее; - составлять action план ивент проекта; - формировать программу и тайминг ивента/мероприятия; - читать и понимать техническую документацию ивент проекта (чертежи, планировки, эскизы и т.д.); - анализировать риски и принимать эффективные меры для предотвращения/ сокращения их последствий при планировании и организации мероприятий/ивентов. в) владеть: - навыками формирования и составления бюджета/проектно-сметной документации проекта; - практическими навыками для эффективного управления всеми процессами при планировании и реализации ивент проектов/мероприятий.		
Б1.В.20	SMM (Маркетинг в социальных сетях) 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: – освоить теоретические подходы и практические навыки управления маркетингом в социальных сетях, используя современные технологии в конкурентной стратегии предприятия. Задачи: - изучить современные модели развития и функционирования социальных медиа; - получить опыт применения инструментов планирования и оценки маркетинга в социальных медиа; - изучить результаты анализа российской практики маркетинга в социальных медиа; - научить адаптировать современные зарубежные практики маркетинга в социальных медиа для российских условий. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «SMM (Маркетинг в социальных сетях)», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплин «Основы маркетинга», «Теория и практика создания рекламного продукта», «Создание рекламного креатива», «Копирайтинг». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины: процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие профессиональных компетенций: ПКО-2, ПКР-1. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: - основные понятия SMM; - понятийно-категориальный аппарат методологических подходов к SMM; - основные методики оценки SMM-кампаний, а также элементы и инструменты веб-аналитики в сфере SMM; - технологии привлечение аудитории в SMM; - место и значение SMM в интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаниях; б) уметь:	3	Зачет

	- организовать участие аудитории в производстве медиапродукции, обмене медиаконтентом, используя в том числе интерактивные сетевые обмены; - планировать и реализовывать SMM-кампании с применением мультимедийных и интерактивных средств. в) владеть: - навыками планирования и создания интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний, применяющих мультимедийные и интерактивные средства; - навыками организации участия аудитории в производстве медиапродукции в SMM; - опытом оценки и управления SMM в интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаниях.		
Б1.В.21	Проектное управление 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: - сформировать знания о процессах и методах управления проектами; развить умения практического использования полученных знаний в ходе последующего обучения и профессиональной деятельности. Задачи: - изучить основы управления проектами; - изучить этапы разработки концепции проекта; - изучить организационные структуры управления проектами; - изучить особенности проектного финансирования; - изучить особенности и содержание процедуры планирования проекта; - изучить методы управления стоимостью и временем проекта; - изучить методы управления рисками проекта; - изучить методы контроля, регулирования и особенности завершения проекта. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Проектное управление», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплин «Основы менеджмента организации», «Медиапланирование». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины: процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие профессиональных компетенций: ПКР-3. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: - основы разработки стратегических концепций и бизнес-планов проектов, реализации функций руководства проектирования, планирования, подготовки и реализации проектов; - способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты в проектной деятельности, оценки предложенных способов с точки зрения соответствия цели проекта; - основы планирования реализации задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм; - способы решения задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректируя способы решения задач; - способы представления результатов проекта, предлагая возможности их использования и/или совершенствования; б) уметь: - определять круг задач в рамках поставленной цели проекта или задачи; - решать поставленные задачи и предлагать способы их решения команде в проектной деятельности, с точки зрения оценки соответствия цели проекта. - планировать реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм; - выполнять задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректируя способы решения задач;	3	Экзамен

	- представлять результаты проекта, предлагая возможности их использования и/или совершенствования. в) владеть: - навыками разработки стратегических концепций и бизнес-планов проектов, реализации функций руководства проектирования, планирования, подготовки и реализации проектов; - навыками решения поставленных задач в проектной деятельности, навыками оценки предложенных способов решения поставленных задач с точки зрения соответствия цели проекта; - навыками планирования реализации задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм; - навыками решения задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля.		
Б1.В.22	Создание сайта 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: - обеспечить фундаментальную подготовку студентов по освоению, реализации и применению интернет технологий как в процессе обучения в вузе, так и в последующей профессиональной деятельности. Задачи: - изучить язык HTML; - изучить каскадные таблицы стилей (CSS); - изучить язык программирования JavaScript; - научиться разрабатывать динамический сайт; - изучить системы управления контентом (CMS); - научиться разрабатывать динамический сайт без использования CMS. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Создание сайта», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплин «Информатика». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины: процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие профессиональных компетенций: ПКР-1. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: - структуру HTML-документа, функциональные теги, верстку страницы сайта, HTML5; - синтаксис CSS, селекторы, свойства, значения, способы задания стилей, правила определения приоритетов стилей; - назначение и область применения языка JavaScript, переменные, константы, операции, операторы языка; - объектную модель документа; - принципы работы динамического Web-приложения; - язык программирования PHP; - системы управления контентом (CMS); б) уметь: - применять язык JavaScript; - осуществлять установку и настройку программного обеспечения для разработки динамического сайта. в) владеть: - навыками обработки информации; - навыками подключения к СУБД MySQL, отображения данных на страницах сайта; - механизмами сохранения информации о компьютере клиента. - навыками разработки дизайна страниц Web-приложения с использованием каскадных таблиц стилей; - навыками определения стилей идентификаторов, классов, элементов документа; - навыками разработки динамического сайта, с использованием систем управления контентом;	3	Зачет

	- навыками разработки динамического сайта с использованием языка PHP и СУБД MySQL с разграничением прав доступа без использования систем управления контентом.		
Б1.В.23	Анализ информационного поля в PR 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: - сформировать у студентов систему знаний о передовых подходах в анализе медиа и навыки ориентации в выборе KPI для оценки PR. Задачи: - изучить содержание и специфику «Медиааналитики» как прикладной дисциплины; - изучить этапы и результаты медиааналитического исследования; - изучить параметры, метрики, выбор показателей эффективности (KPI), используемых при проведении оценки коммуникаций. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Анализ информационного поля в PR», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплин «Теория и практика информационно-аналитической работы», «Теоретические основы PR». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины: процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальных и профессиональных компетенций: УК-1; УК-2; ПКР-1. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: - ключевые понятия, цели и задачи анализа информационного поля в PR; - правила организации и базовые схемы анализа информационного поля в PR; - характерные ошибки, которых следует избегать при проведении анализа информационного поля в PR; б) уметь: - составлять и описывать модель проведения анализа информационного поля в PR; - проводить аналитическую обработку текстовой информации по различным параметрам; - подготавливать итоговые информационные и аналитические тексты, а также осуществлять их редактирование. в) владеть: - навыками использования современных инструментов, применяемых при проведении анализа информационного поля в PR, включая как общедоступные информационно-поисковые и аналитические системы, так и профессиональные (предоставляющие ограниченный платный доступ к своим ресурсам).	3	Зачет
Б1.В.24	Психология массовых коммуникаций 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: - Ознакомить студентов с психологическими аспектами процесса массовой коммуникации, с его основными элементами, средствами и методами, используемыми в этом процессе; сформировать системное представление о закономерностях функционирования массового сознания и поведения, о возможностях воздействия на них с помощью массовой коммуникации. Задачи: - изучить специфику масс, общественного мнения и поведения; - исследовать характеристику коммуникативного процесса; - сформировать представление об эффектах массовой коммуникации; - научиться использовать эффекты массовой коммуникации; - изучить психологию рекламы, моды, слухов. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины	3	Зачет

	«Психология массовых коммуникаций», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплин «Основы теории коммуникаций», «Социология массовых коммуникаций», «Поведенческая экономика». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины: процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие профессиональных компетенций: ПКО-1. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: - феномены массовой коммуникации; - закономерности общественного мнения, и массовых настроений и способах воздействия на них; б) уметь: - анализировать психологические свойства и феномены современной массовой коммуникации, понимать их природу; - применять теоретические знания к анализу конкретных ситуаций; - уметь пользоваться специальной информацией для разработки стратегий профессиональной деятельности; в) владеть: - навыками исследования общественного мнения; - основными приемами для эффективного управления массовым поведением людей; - навыками эффективного установления и поддержания коммуникаций внутри организации и за ее пределами.		
Б1.В.25	Стартап в цифровой сфере 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: - сформировать у студентов знания и компетенции, необходимые для осуществления стартапа в цифровой сфере. Задачи: - развить интерес у студентов к сфере предпринимательства, - изучить преимущества, возможности, а также проблемы и риски, связанные с развитием стартапов в цифровой среде; - ознакомить студентов с процессами и инструментарием жизнеспособного стартапа. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Стартап в цифровой сфере», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплин «Информатика», «Создание сайта», «SMM (маркетинг в социальных сетях)», «Проектное управление». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины: процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие профессиональных компетенций: ПКР-1. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: - практику организации работы предприятия в интернет-сфере; - специфику потребительского поведения и маркетинговых аспектов интернет- предпринимательства; - инструменты исследования и анализа рынка; - основные бизнес- модели компаний, работающих в интернет-сфере; - стратегический инструментарий и современные технологии интернет- предпринимательства; - возможности для формирования устойчивых конкурентных преимуществ компаний в интернет-сфере; б) уметь: - вести предпринимательскую деятельность в компаниях высокотехнологичных секторов; - разрабатывать и реализовывать бизнес-модели;	2	Зачет

	- использовать методы, приемы, инструментарий создания интернет-компаний; - планировать и оценивать результаты предпринимательской деятельности в интернет-сфере; в) владеть: - навыками поиска идеи; - методами анализа рынка и соответствия ожиданиям потребителя; - навыками оценки экономической эффективности проекта; - маркетинговыми коммуникациями; - навыками выступления перед инвесторами.		
Б1.В.26	Антикризисный PR 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: - сформировать у студентов представления об антикризисных связях с общественностью (антикризисный PR/Паблик Рилейшнз) как деятельности, регулирующей общественные процессы, как средства, разрешающего или смягчающего социальные, политические, экономические кризисные ситуации. Задачи: - изучить предмет, метод и содержание курса «Антикризисный PR» - изучить специфику кризисов и антикризисных коммуникаций; - изучить комплексные циклы действий в конфликтных ситуациях; - освоить навыки использования технологий предотвращения экстремальных ситуаций; - научиться использовать антикризисные коммуникации в условиях информационной войны; - изучить антикризисные GR-практики в России и GR-практики российских консалтинговых агентств (out-house GR). 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Антикризисный PR», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплин Теоретические основы PR», «Создание медиаконтента для PR», «Копирайтинг». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины: процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие профессиональных компетенций: ПКО-2, ПКР-3. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: - основы рекламного дела и теории коммуникации; - методики создания коммуникации; - комплексные циклы действий в конфликтных ситуациях; - технологии предотвращения экстремальных ситуаций; - антикризисные GR-практики в России. б) уметь: - решать задачи межличностного и межкультурного взаимодействия посредством коммуникации; - оценивать эффективность коммуникации; - проводить мероприятия по улучшению имиджа организации; - использовать антикризисные коммуникации в условиях информационной войны; в) владеть: - различными форматами устной и письменной массовой коммуникации. - навыками работы с антикризисными коммуникациями.	3	Зачет
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины по выбору 1 (ДВ.1)		
Б1.В.ДВ.01.01	Текстовые редакторы 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: - сформировать представление о методах и приёмах обработки информации с использованием текстовых процессоров. Задачи:	3	Зачет

	– познакомить со способами обработки текстовой информации с помощью персональных компьютеров, – изучить и закрепить знания о назначении и использовании текстового процессора; – обучить основам работы в среде табличного процессора MS Word. 2.Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: для успешного изучения дисциплины студент должен иметь базовые знания, полученные по программе среднего общего образования по предмету «Информатика». 3.Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных профессиональных компетенций: ПКР-1. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией, а также иметь представление о компьютерных технологиях, используемых для обработки информации; б) уметь: применять текстовые процессоры для обработки информации; в) владеть: основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией.		
Б1.В.ДВ.01.02	Основы компьютерной графики 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: – изучить современные методы создания компьютерной графики и сформировать навыки их применения в профессиональной деятельности; Задачи: – освоить методы компьютерной геометрии, растровой и векторной графики; – приобрести навыки самостоятельного изучения отдельных тем дисциплины и решения типовых задач; – приобрести навыки работы с графическими библиотеками и в современных графических пакетах и системах; – усвоить полученные знания, а также сформировать мотивацию к самообразованию за счет активизации самостоятельной познавательной деятельности. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: для успешного изучения дисциплины студент должен иметь базовые знания, полученные по программе среднего общего образования по предмету «Информатика». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных профессиональных компетенций: ПКР-1. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: методы и средства компьютерной графики и геометрического моделирования; основы векторной и растровой графики; теоретические аспекты фрактальной графики; основные методы компьютерной геометрии; алгоритмические и математические основы построения реалистических сцен; вопросы реализации алгоритмов компьютерной графики с помощью ЭВМ; б) уметь: программно реализовывать основные алгоритмы растровой и векторной графики; использовать графические стандарты и библиотеки; в) владеть: основными приемами создания и редактирования изображений в векторных редакторах; навыками редактирования фотореалистичных изображений в растровых редакторах.	3	Зачет

Б1.В.ДВ.02	Дисциплины по выбору 2 (ДВ.2)		
Б1.В.ДВ.02.01	Электронные таблицы 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: – сформировать у студентов представления о методах и приёмах обработки информации и профессиональных навыков обработки информации с использованием электронных таблиц. Задачи: – познакомиться со способами обработки числовой информации с помощью персональных компьютеров; – изучить и закрепить знания о назначении и использовании табличных процессоров; – обучить основам работы в среде табличного процессора MS Excel; – обучить основам работы в среде табличного процессора Google Sheets. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: для успешного изучения дисциплины студент должен иметь базовые знания, полученные по программе среднего общего образования по предмету «Информатика». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных профессиональных компетенций: ПКР-1. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: – основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией; – иметь представление о компьютерных технологиях, используемых для обработки информации; б) уметь: – применять табличные процессоры для обработки информации; в) владеть: – навыками обработки информации; – навыками работы с компьютером, как средством управления информацией.	4	Зачет
Б1.В.ДВ.02.02	Базы данных 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: – сформировать у студентов профессиональных навыков необходимых для правильного выбора и использования инструментальных средств создания баз данных (далее БД) и информационных систем, определения подходящей модели данных, организации эффективной структуры хранения данных, организации запросов к хранимым данным и других вопросов от которых зависит эффективность разрабатываемых систем. Задачи: – изложение основных положений технологии разработки БД; – использование современных инструментальных и методологических средств разработки БД; – изучение основ теории БД; – ознакомление с основными моделями БД; – знакомство с языком структурированных запросов к базам данных (SQL); – изучение систем управления базами данных (СУБД); – получение практических навыков работы с данными, организации БД и систем БД (банков данных); – освоение ряда фундаментальных понятий, таких как модель данных, модели организации работы пользователей с базой данных, нормализация, индексация, целостность БД; – изучение процесса проектирования БД, включающего составление формализованного описания предметной области (внешней модели), разработку концептуальной модели и ее специфицирования к конкретной модели данных СУБД (логическая и физическая модель). 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям	4	Зачет

	обучающегося: для успешного изучения дисциплины студент должен иметь базовые знания, полученные по программе среднего общего образования по предмету «Информатика». 3.Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие профессиональных компетенций: ПКР-1. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: – задачи и принципы разработки баз данных; – модели баз данных; – типы системы управления базами данных; – базовые понятия теории баз данных; – основные модели данных; – нормальные формы реляционных отношений; – язык структурированных запросов SQL; б) уметь: – использовать инструментальные средства, поддерживающие разработку программного обеспечения профессионально-ориентированных информационных систем; – использовать технические средства информационных систем в предметной области; – создавать таблицы баз данных; – выполнять основные приемы работы с наборами данных: навигация по набору данных, поиск записей в наборе данных, фильтрация записей и т.п.; – создавать SQL-запросы; – создавать отчеты; – проводить анализ предметной области; – выявлять информационные потребности пользователей и разрабатывать требования к базам данных; – разрабатывать концептуальную, логическую и физическую модели базы данных; – выбирать инструментальные средства и технологии разработки баз данных. в) владеть: – разработки модели данных; – разработки приложений баз данных; – использования языка SQL; – работы с современными СУБД.		
Б1.В.ДВ.03	Дисциплины по выбору 3 (ДВ.3)		
Б1.В.ДВ.03.01	HR-брендинг 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: – сформировать у студентов базовые теоретические знания, необходимые для овладения практическими навыками формирования и продвижения бренда работодателя. Задачи: - изучить понятия HR-бренда и HR-брендинга, факторы, влияющие на формирование HR –бренда; - изучить основы и практики диагностики или аудита бренда работодателя; - изучить специфику продвижение бренда работодателя на рынке труда и внутреннего продвижения бренда работодателя; - изучить технологии оценки эффективности HR- бренда; – сформировать практические навыки формирования и продвижения бренда работодателя. 2.Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: для успешного изучения дисциплины студент должен иметь базовые знания, полученные по предмету «Основы менеджмента организации», «Создание и управление репутацией бренда компании». 3.Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.	2	Зачет

	Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие профессиональных компетенций: ПКО-1; ПКО-2. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: - ключевые понятия, цели и задачи HR-брендинга; - специфику запуска и управления проектами по развитию бренда работодателя в компаниях с различной численностью сотрудников, работающих в разных секторах рынка, российских и международных. - ключевые риски и характерные ошибки в работе с брендом работодателя, которых следует избегать; б) уметь: - выстраивать полный цикл работы с брендом работодателя от определения целей до оценки эффективности; - формировать рабочую группу проекта, включая взаимодействие с внутренними стейкхолдерами и внешними подрядчиками; - определять необходимый минимум и оптимум необходимых исследований; - определять и реализовывать основные этапы работы с ценностным предложением работодателя (EVP); - формировать стратегию продвижения бренда работодателя (на рынке труда и внутри компании); - выделять основные метрики оценки эффективности работы с брендом работодателя, собирать и анализировать данные для такой оценки; в) владеть: - навыками использования современных инструментов, применяемых при проведении полного цикла работ по управлению брендом работодателя.		
Б1.В.ДВ.03.02	Блоггинг 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: - сформировать у студентов систему знаний и навыков в области использования современных информационных технологий, создания блога и формирования навыков работы с ПК и Интернет. Задачи: - познакомить с основами компьютерной грамотности; - изучить основы блоггерства; - научить работать с различными видами прикладных программ. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: для успешного изучения дисциплины студент должен иметь базовые знания, полученные по предмету «SMM (Маркетинг в социальных сетях)», «Копирайтинг». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие профессиональных компетенций: ПКО-1; ПКО-2. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: - особенности блогов и блогосферы; - разновидности блогов; - этапы создания блога; б) уметь: - осуществлять работу в программе Adobe Premiere; - осуществлять работу в программе After Effects - осуществлять работу с видеохостингом Youtube. в) владеть: - навыками использования звукового редактора; - навыками видеомонтажа.	2	Зачет
Б2	Практика		
Обязательная часть			
Б2.О.01(У)	Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика 1. Цели и задачи учебной практики:	6	Зачет с оценкой

	Цель: - освоение ряда элементарных трудовых действий, описанных в соответствующих профессиональных стандартах. Задачи: - изучить последовательность и методы проведения продуктового конкурентного анализа в компании; - изучить последовательность и методы разработки нового продукта; - изучить методы представления результатов разработки рекламной компании для продукта (продуктов) компании. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: требуется знание следующих дисциплин для освоения программы учебной практики: ««Основы маркетинга», «Теория и практика информационно-аналитической работы», «Основы теории коммуникаций», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Теоретические основы PR», «Теория и практика создания рекламного продукта» и др. 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения учебной практики. Процесс прохождения учебной практики направлен на формирование и развитие универсальных и общепрофессиональных компетенций: УК-1, УК-2, УК-3, УК-4, УК-5, УК-6, УК-7, УК-8, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7. В результате прохождения учебной практики студент должен: а) знать: - принципы создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными службами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; - специфику формирования и поддержания корпоративной культуры; б) уметь: - принимать участие в разработке, подготовке к выпуску, производстве и распространении рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы; - принимать участие в подготовке проектной и сопутствующей документации, связанной с проведением рекламных кампаний и отдельных мероприятий (техничко-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт); в) владеть навыками: - проектирования и технологического обеспечения реализуемых проектов.		
Б2.О.02(П)	Производственная практика: профессионально-творческая практика 1. Цель: – приобрести практические профессиональные навыки и компетенции; – освоить профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах и основ работы в отделах рекламы/связей с общественностью; – осуществить сбор практического материала для выполнения второй главы выпускной квалификационной работы. Задачи: - научиться составлять организационно-экономическую характеристику предприятия (организации) – объекта практики; - изучить методы анализа параметров внешней и внутренней среды организации, SWOT-анализа; - научиться проводить анализ и оценку существующего положения компании, указать причины, приведшие к началу рекламной или PR-кампании; - научиться выделять и анализировать целевую аудиторию. - научиться определять каналы коммуникации с целевой аудиторией, обосновывать выбор СМИ, других средств коммуникации. - научиться формулировать цель и задачи специального мероприятия, определять, составлять его график.	12	Зачет с оценкой

	2.Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: Для успешного прохождения производственной практики (профессионально-творческая практика) студенту необходимы «входные» знания, умения, навыки и компетенции обучающегося, приобретенные в результате освоения предшествующих частей ОПОП дисциплин основной части учебного плана и части, формируемой участниками образовательных отношений. 3.Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики. Процесс прохождения профессионально-творческой практики направлен на формирование и развитие универсальных и общепрофессиональных компетенций: УК-1, УК-2, УК-3, УК-4, УК-5, УК-6, УК-7, УК-8, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7. В результате прохождения профессионально-творческой практики студент должен: а) знать: – профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; –методы создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации; - приемы и принципы планирования при подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; - порядок подготовки к выпуску, производству и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы; б) уметь: – работать в отделах рекламы/связей с общественностью; – создавать тексты рекламы; – анализировать специфику работы отделов рекламы и связей с общественностью, функциональные схемы построения отделов; – применять приемы и принципы планирования при подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; – проводить маркетинговые исследования; – использовать приемы и методы организации и проведения социологических исследований; – использовать приемы и методы подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы. в) владеть: -навыками решения стандартных задач профессиональной деятельности при соблюдении основных требований информационной безопасности; - навыками подготовки к выпуску, производству и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.		
Б2.О.03(Пд)	Производственная практика: Преддипломная практика 1.Цель: – решение конкретных практических задач; – выработка умения обосновать направления совершенствования процессов, связанных в рекламой и связями с общественностью, выступающих в качестве предмета исследования; – сбор аналитического материала по теме исследования, анализ заданной предметной области, подготовка материала для практической и проектной части выпускной квалификационной работы. Задачи: – участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий; – осуществлять авторскую деятельности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта;	9	Зачет с оценкой

	– применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта; – применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций; – осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа; – осуществлять проектную деятельность в соответствии с требованиями, стандартами управления проектами в сфере рекламы. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: Для успешного прохождения производственной практики (преддипломной практики) студенту необходимы «входные» знания, умения, навыки и компетенции обучающегося, приобретенные в результате освоения предшествующих частей ОПОП дисциплин основной части учебного плана и части, формируемой участниками образовательных отношений, а также в результате прохождения Производственной практики: профессионально-творческой практики. 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики: Процесс прохождения преддипломной практики направлен на формирование и развитие профессиональных компетенций: ПКО-1, ПКО-2, ПКО-3, ПКР-1, ПКР-2, ПКР-3. В результате прохождения преддипломной практики студент должен: а) знать: - сущность и принципы нормативного контроля содержания рекламной информации, в том числе на сайте и социальных сетях; - принципы организации работы по созданию и редактированию контента; - методы и инструменты управления информацией из различных источников; - содержание и методику подготовки отчетности по сайту и иным каналам продвижения. б) уметь: - организовывать и проводить маркетинговые исследования; - разрабатывать маркетинговую стратегию; - организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции; - осуществлять поиск информации по тематике сайта; - готовить информационные материалы, в том числе для сайта; - редактировать информацию на сайте и в социальных сетях; - вести новостные ленты и осуществлять представительство в социальных сетях; - модерировать обсуждения на сайте, в форуме и социальных сетях; - осуществлять контроль за наполнением сайта; - осуществлять локальные изменения структуры сайта; - проводить анализ информационных потребностей посетителей сайта; в) владеть: - навыками организации специальных рекламных и PR мероприятий; - навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции.		
Блок 3. Государственная итоговая аттестация			
Обязательная часть			
	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы 1. Цель: - установление уровня подготовки выпускника Института к выполнению профессиональных задач и соответствия его подготовки требованиям ФГОС ВО. Задачи: – защитить выпускную квалификационную работу. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:	6	Зачет с оценкой

	для прохождения государственной итоговой аттестации выпускник должен освоить все дисциплины ОПОП по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (профиль «Реклама и связи с общественностью»), пройти все виды практик. 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; УК-8; УК-9; УК-10; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПКО-1; ПКО-2; ПКО-3; ПКР-1; ПКР-2; ПКР-3. В результате подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы студент должен: а) знать: – теоретические, методические и практические аспекты ОПОП по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (профиль «Реклама и связи с общественностью»); б) уметь: – применять методы, методики и инструменты проведения маркетинговых исследований; – организовывать рекламные и PR-кампании; – создавать авторский медиа и PR-контент; – применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций; в) владеть/ быть способным: – навыками осуществления проектной деятельности в области рекламы и связей с общественностью; – навыками осуществления редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа		
ФТД	Факультативы		
Часть, формируемая участниками образовательных отношений			
ФТД.В.01	Политология 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: – сформировать у студентов систему знаний о специфике политической реальности, месте и роли политики в социальной системе; сформировать гражданское сознание студентов. Задачи: – сформировать знания об истории зарубежной и отечественной политической мысли; – сформировать знания об основных парадигмах и концепциях современной политологии; – овладеть базовым понятийным аппаратом политологии и развитие навыков критического анализа взаимосвязи политических и экономических процессов и явлений; – сформировать умения формулировать, излагать и аргументировать собственную позицию по значимым социально-политическим проблемам. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: для успешного изучения дисциплины студент должен иметь базовые знания, полученные по предмету «Философия», «История (история России, всеобщая история)». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальной компетенции: УК-5. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: – специфику политики как социального явления и системы управления; основные этапы развития политической мысли;	1	Зачет

	– понятия и структуру современной политической науки; – основные концепции и теории политологии; – содержание современного политического процесса; – основы гражданской политической культуры; б) уметь: – применять понятия политологии для анализа социально-политических и социально-экономических процессов и явлений; – формулировать, и аргументировано излагать собственное видение социально-политических проблем и способов их разрешения; занимать определенную гражданскую позицию. в) владеть: – навыками критического анализа социально-политических явлений и процессов; – основами гражданско-правовой политической культуры в определении поведенческих стратегий; – навыками участия в формировании социально-политических отношений в обществе.		
ФТД.В.02	Ценообразование 1. Цели и задачи дисциплины: Цель: - сформировать теоретические представления и практические навыки по ценообразованию в условиях конкурентной среды. Задачи: – изучить и использовать нормативно-правовые документы, касающиеся рыночного ценообразования; – овладеть методами, способностью анализировать, и интерпретировать финансовую и экономическую информацию для принятия управленческих решений; – приобрести навыки пользования компьютерными технологиями для учета затрат, формирования себестоимости и расчета цен. 2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: взаимосвязано с учебными курсами «Экономическая теория», «Экономика предприятий». 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальной компетенции: УК-1. В результате изучения дисциплины студент должен: а) знать: – теоретические и нормативно-правовые основы ценообразования на товарных и финансовых рынках; – закономерности процессов ценообразования на товарных и финансовых рынках; – основные методы ценообразования на товарных и финансовых рынках; б) владеть: – механизмами анализа, моделирования и прогнозирования цен на товары, финансовые инструменты и услуги в конкурентной среде; в) уметь: – пользоваться технологиями, методами и способами определения затрат, себестоимости, цен товаров, финансовых инструментов и услуг в конкурентной среде.	1	Зачет