

**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 2020

п.	Наименование дисциплины, основные разделы	Трудоем кость	Форма контроля
		зач. ед.	
1	2	3	4
<b>Б1.О Обязательная часть</b>			
Б1.О.01	<p><b>Иностранный язык</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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 профессиональной, культурной и бытовой сфер деятельности, при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- расширить кругозор и повысить общую гуманитарную культуру студентов;</li> <li>- воспитать толерантность и уважение к духовным ценностям разных стран и народов;</li> <li>- развить когнитивные и исследовательские умения с использованием ресурсов на иностранном языке;</li> <li>- развить информационную культуру;</li> <li>- повысить уровень учебной автономии и способности к самообразованию.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b> владение иностранным языком в соответствии с требованиями ФГОС среднего (полного) общего образования.</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</b> Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальных и общепрофессиональных профессиональных компетенций: УК-4, ОПК-1.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- иностранный язык в объеме, необходимом для получения профессиональной информации из зарубежных источников и элементарного общения на общем и профессиональном уровне;</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности;</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении на иностранном языке;</li> <li>- навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке по проблемам экономики и бизнеса.</li> </ul>	14	Зачет, Экзамен, зачет, Экзамен
Б1.О.02	<p><b>История</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сформировать историческое мышление и мировоззрение, понимание причинно-следственных связей между событиями и явлениями отечественной и зарубежной истории.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- познакомить с сущностью, формами и функциями исторического знания, с методологическими основами исторической науки, с классификацией исторических источников, с основными этапами и процессами всемирной истории;</li> <li>- способствовать выработке патриотизма и активной гражданской позиции;</li> <li>- способствовать правильному пониманию современной общественно-политической и экономической ситуации, места и роли России в мире, тенденций и перспектив ее развития.</li> </ul> <p><b>2. Требования к входным знаниям и умениям обучающегося:</b></p>	5	Экзамен

	<p>в соответствии с требованиями ФГОС среднего (полного) общего образования.</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</b></p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие х универсальных компетенций: УК-5.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные направления, проблемы, теории и методы истории;</li> <li>- движущие силы и закономерности исторического процесса;</li> <li>- место человека в историческом процессе, политической организации общества;</li> <li>- различные подходы к оценке и периодизации всемирной и отечественной истории;</li> <li>- основные этапы и ключевые события истории России и мира с древности до наших дней;</li> <li>- выдающихся деятелей отечественной и всеобщей истории;</li> <li>- важнейшие достижения культуры и системы ценностей, сформировавшиеся в ходе исторического развития.</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- логически мыслить, вести научные дискуссии;</li> <li>- работать с разноплановыми источниками;</li> <li>- 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;</li> <li>- формировать и аргументировано отстаивать собственную позицию по различным проблемам истории;</li> <li>- выявлять существенные черты исторических процессов, явлений и событий;</li> <li>- извлекать уроки из исторических событий и на их основе принимать осознанные решения.</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- представлениями о событиях российской и всемирной истории, основанными на принципе историзма;</li> <li>- навыками анализа исторических источников; приемами ведения дискуссии и полемики.</li> </ul>		
Б1.О.03	<p><b>Культурология</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сформировать современные теоретические знания о культуре, способствующие формированию гуманистических и гуманитарных взглядов;</li> <li>- развить умения и навыки анализа и оценки экономических и социальных процессов в обществе с учетом особенностей его прошлой и настоящей культуры.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сформировать знания базовых ценностей мировой и отечественной культуры, готовность опираться на них в своём личностном и общекультурном развитии;</li> <li>- сформировать представления об основных разделах современного культурологического знания, культурологических проблемах;</li> <li>- сформировать умения анализировать и оценивать культурно-исторические процессы в их динамике и взаимосвязи;</li> <li>- сформировать умения ясно, логично формулировать, излагать и аргументировать собственную позицию по значимым социальным проблемам.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b></p> <p>к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Культурология», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплин: «История», «Философия».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</b></p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование у обучаемых универсальных и общепрофессиональных компетенций: УК-5; ОПК-3.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- особенности формирования культурологии как науки;</li> </ul>	2	Зачет

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– структуру культурологического знания;</li> <li>– место и роль культурологии в системе наук;</li> </ul> <p><b>б) уметь</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– объяснить феномен культуры;</li> <li>– применять понятия культурологии для анализа социальных явлений и процессов и прогнозирования возможного их развития в будущем;</li> <li>– ставить цель и выбирать пути её достижения с учетом культурного контекста;</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками формулировать и верно, ясно, аргументировано излагать собственное видение проблем и путей их решения в сфере культурной коммуникации;</li> <li>– способностью к обобщению, анализу, восприятию культурологической информации.</li> </ul>		
Б1.О.04	<p><b>Русский язык и культура речи</b></p> <p><b>1.Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– усовершенствование знаний, умений и навыков грамотного использования нормативных языковых средств в речевых ситуациях профессиональной деятельности.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– получение теоретических знаний о языке как сложной многоуровневой системе;</li> <li>– изучение системы норм современного русского литературного языка на всех уровнях языковой структуры;</li> <li>– анализ функционально-стилевой дифференциации современного русского литературного языка, знакомство с языковыми особенностями всех выделяемых стилей;</li> <li>– формирование навыков общения в различных сферах деятельности - научной, официально-деловой, общественно-политической, бытовой;</li> <li>– ознакомление с коммуникативно-прагматическим подходом к изучению языка, закономерностями, основными принципами и правилами общения;</li> <li>– развитие умений работы с различными типами словарей и другими видами справочной литературы;</li> <li>– формирование навыков применения полученных теоретических знаний в реальной коммуникации.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b> к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Русский язык и культура речи», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплин: «Культурология».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</b> Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальных и общепрофессиональных компетенций: УК-4, ОПК-1.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основные разделы и проблемы теоретического языкознания, формы и способы мышления, формы речи, ее разновидности, особенности функциональных стилей русского языка, речевой деятельности.</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- логично и лаконично излагать нужный лингвистический материал, четко выражать свои мысли, прибегать к конкретизации и обобщению;</li> <li>— анализировать и совершенствовать свою речь;</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знаниями о языковых универсалиях и факторах, влияющих на развитие языка;</li> <li>– профессионально значимыми устными и письменными жанрами.</li> </ul>	2	Зачет
Б1.О.05	<p><b>Физическая культура и спорт</b></p> <p><b>1. Цель и задачи усвоения дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сформировать физическую культуру личности и её способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для</li> </ul>	2	Зачет

	<p>сохранения и укрепления здоровья, психической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.</p> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- воспитать потребности в физическом совершенствовании, в систематических занятиях физической культурой (ФК) и спортом;</li> <li>- получить знания по основам теории и методики ФК и спортивной тренировки;</li> <li>- 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;</li> <li>- 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.</li> </ul> <p><b>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося</b> Изучение данной дисциплины базируется на знаниях и умениях, приобретенных в ходе освоения дисциплин: «Безопасность жизнедеятельности».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</b> Процесс изучения дисциплины направлен на формирование универсальной компетенции: УК-7</p> <p><b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- законодательство РФ в области физической культуры и спорта, средства, методы, принципы физической культуры при совершенствовании функциональных возможностей организма человека;</li> <li>- основы здорового образа жизни студента, особенности использования средств физической культуры для поддержания и повышения уровня здоровья, для полноценной социальной и профессиональной деятельности.</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять средства и методы физической культуры для повышения физического развития и совершенствования;</li> <li>- правильно дозировать физическую и умственную нагрузку в процессе учебной и профессиональной деятельности;</li> <li>- осуществлять самоконтроль за состоянием своего организма во время самостоятельных занятий, использовать средства профессионально-прикладной физической подготовки для развития профессионально важных двигательных умений и навыков.</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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.</li> </ul>		
Б1.О.06	<p><b>Основы профсоюзного движения</b></p> <p><b>1. Цель и задачи дисциплины</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– сформировать знания о специфике профсоюзов как института гражданского общества;</li> <li>– сформировать знания о месте и роли профсоюзов в системе социально - трудовых отношений.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– сформировать знания об истории возникновения профсоюзного движения в России и за рубежом;</li> <li>– сформировать представления об основных направлениях деятельности российских профсоюзов на современном этапе;</li> <li>– овладеть базовым понятийным аппаратом предмета «Основы профсоюзного движения» и развитие навыков критического анализа процессов и проблем в профсоюзах;</li> <li>– сформировать умение логично формулировать, излагать и аргументировать собственную позицию по значимым социальным проблемам.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося</b> К исходным требованиям, необходимым для освоения дисциплины относятся</p>	3	Зачет

	<p>знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплин «История», «Социальное партнерство».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины</b></p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальных и общепрофессиональных компетенций УК-3; ОПК-4.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– знать роль и место профсоюзов в системе гражданского общества;</li> <li>– этапы развития международного и российского профсоюзного движения;</li> <li>– содержание основных направлений деятельности профсоюзов в современном обществе;</li> <li>– основные понятия и категории дисциплины «Основы профсоюзного движения»</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– анализировать роль профсоюзов в системе социально-трудовых отношений;</li> <li>– оценивать практическую деятельность профсоюзов, по защите социально-экономических прав и интересов работников;</li> <li>– применять свои знания в профессиональной деятельности при решении задач, которые связаны с социально-трудовыми отношениями в обществе;</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками анализа и оценки социальных процессов и событий;</li> <li>– навыками сбора и обработки информации по проблемам профсоюзного движения в России и за рубежом.</li> </ul>		
Б1.О.07	<p><b>Математика</b></p> <p><b>1. Цель и задачи дисциплины:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– сформировать и развить способности к логическому мышлению, исследованию и решению математически формализованных задач;</li> <li>– обучение основным математическим методам, необходимым для анализа и моделирования процессов и явлений, ознакомление с методами обработки и анализа, численных и натуральных экспериментов;</li> <li>– выработка умения анализировать полученные результаты, навыков самостоятельного изучения литературы по математике и ее приложениям;</li> <li>– обучить основным понятиям, положениям и методам курса математики, навыкам построения математических доказательств путем непротиворечивых логических рассуждений, методам решения задач.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– дать представление о математике как особом способе познания мира, общности ее понятий и представлений;</li> <li>– 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;</li> <li>– 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.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b></p> <p>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».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</b></p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальной компетенции: УК-1.</p>	5	Экзамен

	<p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основные понятия и методы линейной алгебры, знать математические модели простейших систем и процессов в социально-экономических системах;</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– применять полученные знания по математике при изучении других дисциплин, использовать математические методы в прикладных задачах профессиональной деятельности.</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методами аналитического и численного решения алгебраических уравнений и систем,</li> <li>- навыками применения современного математического инструментария для решения экономических задач,</li> <li>- навыками использования основных приемов обработки экспериментальных данных;</li> <li>- навыками применения современного математического инструментария для решения экономических задач, использования основных приемов обработки экспериментальных данных.</li> </ul>		
Б1.О.08	<p><b>Социология массовых коммуникаций</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– приобретение обучающимися знаний и умений исследования социологического способа изучения массовой коммуникации; развитие самостоятельности мышления с учетом получения нового знания.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- изучить историю возникновения массовых коммуникаций в обществе;</li> <li>- изучить средства массовой коммуникации как социальную подсистему;</li> <li>- изучить основы, сущность, методы и инструменты социологических исследований в рекламе и связях с общественностью.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b> к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины, относятся знания, умения и готовности обучающегося, сформированные в процессе изучения дисциплин: «Культурология», «История». Учебная дисциплина является предшествующей для дисциплин «Основы теории коммуникации», «Психология массовых коммуникаций» и др.</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</b></p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальной компетенции: УК-5.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основы, сущность, методы и инструменты социологических исследований в рекламе и связях с общественностью;</li> <li>– специфику использования интернет-технологий в социологическом исследовании;</li> <li>– социологические методы изучения аудитории массовых коммуникаций;</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать социологические методы изучения аудитории массовых коммуникаций, оценивать эффективность массовой коммуникации;</li> <li>– использовать СМИ в формировании общественного мнения;;</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками организации социологических исследований в средствах массовой коммуникации с учетом межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском аспектах.</li> </ul>	2	Зачет
Б1.О.09	<p><b>Экономическая теория</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– сформировать системные знания современной микроэкономической и макроэкономической теории.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p>	9	Экзамен, Экзамен

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– изучить принципы и законы функционирования рыночной экономики;</li> <li>– изучить основы микроэкономического и макроэкономического моделирования и анализа;</li> <li>– освоить содержание базовых терминов и понятий, используемых при изучении других экономических дисциплин;</li> <li>– изучить принципы и законы функционирования рыночной экономики на макроуровне (регион, государство, межгосударственное взаимодействие) и микроуровне;</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b></p> <p>При изучении дисциплины «Экономическая теория» формируются «входные» знания, умения, опыт и компетенции, необходимые для успешного освоения дисциплин: «Статистика», «Основы менеджмента организации», «Экономика предприятий» и др.</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</b></p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных универсальных и общепрофессиональных компетенций: УК-1; ОПК-2.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– закономерности функционирования современной экономики на микро- и макроуровне;</li> <li>– основные понятия, категории и инструменты экономической теории;</li> <li>– основные особенности ведущих школ и направлений экономической науки;</li> <li>– основные особенности российской экономики, ее институциональную структуру, направления экономической политики государства.</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микро- и макроуровне;</li> <li>– 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;</li> <li>– использовать источники экономической, социальной, управленческой информации;</li> <li>– анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей;</li> <li>– строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты;</li> <li>– прогнозировать на основе стандартных теоретических и эконометрических моделей поведение экономических агентов, развитие экономических процессов и явлений на микро- и макроуровне;</li> <li>– представлять результаты аналитической и исследовательской работы в виде выступления, доклада, информационного обзора, аналитического отчета, статьи</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– методологией экономического исследования;</li> <li>– методами и приемами анализа экономических явлений и процессов с помощью стандартных теоретических и эконометрических моделей; навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений.</li> </ul>		
Б1.О.10	<p><b>Информатика</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– 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.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p>	6	Зачет, Экзамен



	<p>– изучить теоретические основы информатики и обучить навыкам использования прикладных систем обработки экономических данных и систем программирования для персональных компьютеров и локальных компьютерных сетей.</p> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b></p> <p>Для изучения дисциплины необходимо знание обязательного минимума содержания среднего (полного) образования по информатике. Дисциплина является предшествующей для дисциплин: «Текстовые редакторы», «Электронные таблицы», «Диджитал маркетинг», «SMM (Маркетинг в социальных сетях)», «Создание сайта» и др.</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</b></p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных универсальных и общепрофессиональных компетенций: УК-1; УК-2; ОПК-6.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– принципиальные основы устройства компьютера; назначение, основные функции операционных систем и средства их реализации;</li> <li>– технологии решения задач экономической деятельности с помощью инструментальных средств информационных технологий;</li> <li>– основные понятия, принципы построения и технологию работы с базами данных;</li> <li>– основные понятия сетей ЭВМ (локальных и глобальных), понятия сети Internet, методы поиска информации в сети Internet;</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– 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;</li> <li>– создавать и использовать несложные базы данных;</li> <li>– искать информацию и обмениваться ею в сети Internet;</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навигацией по файловой структуре компьютера и управления файлами;</li> <li>– технологией создания научно-технической документации различной сложности с помощью текстового процессора Microsoft Word;</li> <li>– технологией решения типовых информационных и вычислительных задач с помощью табличного процессора Microsoft Excel;</li> <li>– технологией решения типовых экономических задач с помощью финансовых функций табличного процессора Microsoft Excel;</li> </ul> <p>технологией поиска и обмена информацией в глобальных и локальных компьютерных сетях.</p>		
Б1.О.11	<p><b>Философия</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– сформировать представления о специфике философского знания, о месте и роли философии в социальных процессах, ее познавательных, мировоззренческих и методологических функциях.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– сформировать знания об истории философской мысли как форме интеллектуальной свободы и основы мировоззрения;</li> <li>– сформировать представления об основных разделах современного философского знания, философских проблемах;</li> <li>– овладеть базовым категориальным аппаратом, принципами и приемами философского познания;</li> <li>– развить навыки критического восприятия и анализа социальных процессов;</li> <li>– сформировать умения логично формулировать, излагать и аргументировать собственную позицию по значимым социальным проблемам.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b></p>	5	Экзамен

	<p>к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Философия», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплин: «История», «Культурология». Освоение дисциплины служит концептуальным базисом для изучения курсов «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы», «Основы теории коммуникации».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</b></p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальной компетенции УК- 5.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- специфику философии как формы культуры,</li> <li>- структуру философского знания, его место и роль в современной жизни,</li> <li>- основные методы и приемы философского анализа социальных проблем;</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять понятия философии для анализа социальных процессов и явлений;</li> <li>- формулировать и аргументировано излагать собственное видение проблем и способов их разрешения, занимать определенную гражданскую позицию, критически относиться к себе;</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками формулирования, изложения и аргументации мысли;</li> <li>- навыками анализа мировоззренческих и социальных проблем;</li> <li>- навыками критической оценки своих достоинств и недостатков и выбора путей и средств личностного развития.</li> </ul>		
Б1.О.12	<p><b>Безопасность жизнедеятельности</b></p> <p><b>1. Цель и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- овладеть основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий;</li> <li>- познакомить с обеспечением безопасности основных объектов – личности, общества и государства, обеспечением безопасности человека как высшей ценности;</li> <li>- обучить готовности применения профессиональных знаний для минимизации негативных экологических последствий, обеспечения безопасности и улучшения условий труда в сфере своей профессиональной деятельности.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося</b></p> <p>- обладать знаниями, полученными при изучении всех дисциплин, отнесенных к гуманитарным, социальным, экономическим, математическим и естественно-научным блокам, изучаемым на младших курсах.</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</b></p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование общекультурной компетенции: УК-8.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные техноферные 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;</li> <li>- правовые, нормативно-технические и организационные основы обеспечения безопасности жизнедеятельности;</li> <li>- социальные и медицинские опасности;</li> <li>- основы противодействия терроризму.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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</li> </ul>	2	Зачет

	<p>условий жизнедеятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать основные методы защиты производственного персонала и населения от последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий;</li> <li>– понятийно-терминологическим аппаратом в области безопасности;</li> </ul> <p>навыками рационализации профессиональной деятельности с целью обеспечения безопасности и защиты окружающей среды</p>		
Б1.О.13	<p><b>Основы социального государства</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– сформировать представления о социальной политике государства, ее актуальных проблемах, процессах развития основных институтов гражданского общества.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– привить навыки использования категориального аппарата социальной политики;</li> <li>– овладеть навыками анализа проблем государственного управления, современных социальных явлений и процессов;</li> <li>– формировать умения определять основные интересы различных субъектов социальной политики, в том числе субъектов государственного управления;</li> <li>– выявлять, рассматривать социальные явления и процессы с позиций различных субъектов политики;</li> <li>– выработать способности к инновационному, конструктивному мышлению, принятию политических решений в области регулирования социальной сферы.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b></p> <p>к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Основы социального государства», относятся знания, умения и готовности обучающегося, сформированные в процессе изучения дисциплин: «Культурология», «История», «Основы профсоюзного движения».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</b></p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общекультурных и общепрофессиональных компетенций: УК-3, ОПК-2.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основы функционирования социального государства;</li> <li>– теоретические основы возникновения социального государства как государства нового цивилизационного типа;</li> <li>– принципы, цели и направления социальной политики государства;</li> <li>– приоритеты социального развития Российской Федерации;</li> <li>– принципы организации социальной экспертизы и социального аудита;</li> <li>– сущность и значение социальной информации в развитии современного общества;</li> <li>– основные методы, способы и предложения по решению социальных проблем;</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– исследовать теоретические основы формирования социального государства и его модели;</li> <li>– использовать основные положения и приоритеты социальной политики государства при решении социальных и профессиональных задач;</li> <li>– соблюдать основные правовые и юридические законы Российской Федерации, касающиеся социальной политики;</li> <li>– разрабатывать предложения и рекомендации по решению социальных проблем;</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– юридическими и правовыми знаниями,</li> <li>– способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей построения социального государства;</li> <li>– навыками по проведению социального аудита и социальной экспертизы;</li> <li>– навыками по повышению социальной ответственности гражданина социального государства;</li> <li>– навыками адекватного анализа проводимых в России социальных преобразований на этапе становления социального государства.</li> </ul>	2	Зачет

Б1.О.14	<p><b>Основы маркетинга</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– сформировать теоретические знания в области маркетинга, знания, умения и навыки, позволяющие организовать информационную поддержку процесса принятия маркетинговых решений.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– развить высокую культуру экономического мышления;</li> <li>– ознакомить и закрепить знания в части понятийного аппарата маркетинга как науки;</li> <li>– развить способности умелого использования студентами полученных знаний при практическом применении основ маркетинга.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b> взаимосвязь с учебными дисциплинами «Экономическая теория», «Социология массовых коммуникаций».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</b></p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общепрофессиональных и профессиональных компетенций: ОПК-4, ПКО-3.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– стандарты, принятые в организации для составления экономических разделов планов и в частности плана продаж и маркетинга;</li> <li>– источники и содержание отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, в том числе в области маркетинга;</li> <li>– формы организации групповой деятельности в области маркетинга.</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выполнить анализ расчётов экономических разделов планов;</li> <li>– 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;</li> <li>– организовать работу малой группы при реализации маркетинговых исследований.</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– методикой анализа экономических разделов планов;</li> <li>– современными методами оценки, анализа и интерпретации данных отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, в том числе в области маркетинга;</li> <li>– навыками организации коллективной работы в области маркетинга.</li> </ul>	8	Экзамен, Экзамен
Б1.О.15	<p><b>Статистика</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– сформировать теоретико-методологические основы сбора, обработки и анализа статистических данных, на этой основе выработать навыки выявления статистических закономерностей и взаимосвязей в экономической среде.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– 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;</li> <li>– освоить методы сбора, обработки и анализа статистических показателей в социально-экономической среде;</li> <li>– научить делать обобщающие выводы, вытекающие из анализа, выявлять закономерности и взаимосвязи между статистическими данными;</li> <li>– выработать навыки пользования программами ПК для вычисления и наглядного представления статистической информации.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b> для изучения данного курса предполагается наличие базовых представлений в области общей экономической теории, математики.</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения</b></p>	5	Экзамен

	<p><b>дисциплины.</b> Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общепрофессиональных компетенций: ОПК-2. <b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b> <b>а) знать:</b> – 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. <b>б) уметь:</b> – 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; <b>в) владеть:</b> методами сбора, обработки статистических данных с использованием ПК-программ, современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей, характеризующих социально-экономические процессы и явления.</p>		
Б1.О.16	<p><b>Стилистика и литературное редактирование</b> <b>1. Цели и задачи дисциплины:</b> <b>Цель:</b> – 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. <b>Задачи:</b> - 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. <b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b> для освоения дисциплины необходимы знания дисциплин: «Русский язык и культура речи». Дисциплина является предшествующей для изучения следующих дисциплин: «Копирайтинг», «Создание медиаконтента для PR». <b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</b> Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие общепрофессиональной и профессиональной компетенций: ОПК-3. <b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b> <b>а) знать:</b> – организацию, подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы. <b>б) уметь:</b> – подобрать соответствующие задачам рекламной кампании формы рекламной продукции, определять целевые аудитории и подбирать адекватные ресурсы для создания рекламы. <b>в) владеть:</b> – приемами продвижения рекламного продукта с помощью коммуникационных технологий на рекламном рынке, методами делового партнерства, методами получения и распространения информации.</p>	3	Зачет

Б1.О.17	<p><b>Менеджмент организации</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сформировать системный подход в управлении предприятиями, организациями, учреждениями.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обучить возможностям улучшения методов и форм организации производства, путем прогресса в области повышения производительности, гибкости и оперативности производства.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b> основаны на учебном курсе: «Экономическая теория».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</b></p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальных компетенций: УК-1, УК-3, УК-6.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные особенности российской экономики, ее институциональную структуру, направления экономической политики государства;</li> <li>- принципы развития и закономерности функционирования организации;</li> <li>- принципы целеполагания, виды и методы организационного планирования;</li> <li>- типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования;</li> <li>- основные виды и процедуры внутриорганизационного контроля;</li> <li>- виды управленческих решений и методы их принятия;</li> <li>- основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами;</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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)</li> <li>- осуществлять поиск информации по полученному заданию, сбор, анализ данных, необходимых для решения поставленных задач;</li> <li>- осуществлять выбор инструментальных средств для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы;</li> <li>- представлять результаты аналитической и исследовательской работы в виде выступления, доклада, информационного обзора, аналитического отчета, статьи;</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методологией экономического исследования (методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль);</li> <li>- современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных (современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации);</li> </ul> <p>навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений.</p>	4	Экзамен
Б1.О.18	<p><b>Экономика предприятий</b></p> <p><b>1.Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формирование системного и целостного представления о механизме, основных принципах и закономерностях функционирования фирмы в условиях конкуренции.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p>	4	Экзамен

	<p>– 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.</p> <p><b>1. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b> Изучение дисциплины «Экономика предприятий» базируется на «входных» знаниях, умениях и готовностях обучающихся, формируемых в результате освоения в качестве предшествующих таких дисциплин, как «Экономическая теория».</p> <p><b>Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</b> Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальной компетенции: УК-1.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– понятия и содержание основных экономических показателей деятельности фирмы;</li> <li>– определять их взаимосвязь и взаимообусловленность, а также влияние на конечные результаты деятельности фирмы;</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– рассчитывать основные экономические показатели и факторы, их определяющие;</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b> навыками экономических расчетов и моделирования различных показателей, определяющих динамику эффективной и устойчивой деятельности предприятия.</p>		
Б1.О.19	<p><b>Основы теории коммуникаций</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b> сформировать у студентов теоретическое и методологическое представление о коммуникации, междисциплинарности исследований коммуникативных систем различных уровней, выявить историко-философское основание различных теоретических подходов.</p> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- познакомить с содержанием основных теоретических концепций и терминов, используемых в современной коммуникативистике;</li> <li>- сформировать у студентов представление об основных исследовательских подходах в изучении коммуникации, применяемых в мировой и отечественной науке;</li> <li>- сформировать необходимые знания и навыки практического применения и использования методики и основных методов изучения процессов коммуникации;</li> <li>- 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;</li> <li>- изучить типы, виды, функции коммуникаций, формы, модели и структурные компоненты коммуникации;</li> <li>- изучить содержание коммуникации, семиотики языка и других базовых знаний;</li> <li>- ознакомить студентов со спецификой коммуникаций в различных сферах социальной жизни, освоить методы исследования коммуникации.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b> 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».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</b> Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общепрофессиональных и профессиональных компетенций: ОПК-5, ПКО-3.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p>	6	Экзамен

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 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;</li> <li>- модели коммуникации; различные виды, формы, средства и методы коммуникации; основы семиотических аспектов коммуникации; основные информационные каналы и их коммуникативную роль;</li> <li>- действующие факторы и барьеры эффективной коммуникации;</li> <li>- характеристики коммуникативной личности, в том числе в профессиональной сфере, основные закономерности формирования коммуникативной личности;</li> <li>- сущность и функции коммуникации в сфере PR и рекламы;</li> <li>- причины возникновения барьеров коммуникации;</li> <li>- основы коммуникации как вида деятельности с определенными методами и навыками достижения планируемого эффекта;</li> <li>- особенности межличностной и групповой коммуникации;</li> <li>- особенности массовой коммуникации;</li> <li>- факторы, способствующие воздействию массовой коммуникации, средств массовой коммуникации (СМК);</li> <li>- пути повышения эффективности коммуникации;</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- соотносить теоретические схемы изучения коммуникации с практикой мировой культуры;</li> <li>- анализировать получаемую через средства массовой коммуникации информацию и использовать ее;</li> <li>- анализировать эффективность коммуникации, определять причины ее неэффективности;</li> <li>- прогнозировать сценарии коммуникации в процессе практической деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом факторов организации эффективного коммуникационного процесса;</li> <li>- использовать те коммуникативные стратегии и тактики, которые содействуют успешной коммуникации;</li> <li>- анализировать коммуникативную сторону деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью и различать ее разновидности;</li> <li>- определять эффективные / неэффективные стратегии и тактики в коммуникационном процессе;</li> <li>- применять полученные знания при выявлении и объяснении фактов и процессов коммуникации;</li> <li>- учитывать знания об особенностях коммуникации в индивидуальной практике, исполнять коммуникативную роль в соответствующей коммуникативной ситуации;</li> <li>- распознавать причины возникновения барьеров и вносить коррективы в процесс коммуникации;</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками самопрезентации (уметь создавать свой профессионально-коммуникационный имидж);</li> <li>- методами анализа коммуникации в кросскультурном пространстве;</li> <li>- навыками гармоничного общения в студенческой и будущей профессиональной среде с учетом наработанных теорией способов достижения эффективной коммуникации;</li> <li>- основными стратегиями и тактиками, наиболее эффективными в разных видах коммуникации;</li> <li>- навыками анализа практической деятельности в сфере журналистики, рекламы и связей с общественностью с точки зрения эффективной коммуникации.</li> </ul>		
	<b>Элективные курсы по физической культуре и спорту</b>	328	зачет
	<p><b>Общая физическая подготовка</b></p> <p><b>1.Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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.</li> </ul>		



	<p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– всестороннее и гармоничное развитие физических качеств и повышение уровня физической подготовленности обучающихся в процессе физкультурно-спортивной деятельности;</li> <li>– совершенствование индивидуальных способностей студентов в условиях учебной работы на основе применения наиболее эффективных средств и методов спортивной тренировки.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b>          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».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</b>          Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общекультурных компетенций: УК-7.  <b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– законодательство РФ в области физической культуры и спорта, средства, методы, принципы физической культуры при совершенствовании функциональных возможностей организма человека;</li> <li>– основы здорового образа жизни студента, особенности использования средств физической культуры для поддержания и повышения уровня здоровья, для полноценной социальной и профессиональной деятельности.</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– применять средства и методы физической культуры для повышения физического развития и совершенствования;</li> <li>– правильно дозировать физическую и умственную нагрузку в процессе учебной и профессиональной деятельности;</li> <li>– осуществлять самоконтроль за состоянием своего организма во время самостоятельных занятий, использовать средства профессионально-прикладной физической подготовки для развития профессионально важных двигательных умений и навыков.</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и укрепления здоровья;</li> <li>– способами физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности.</li> </ul>		
	<p><b>Занятия по видам спорта</b></p> <p><b>1. Цель:</b></p> <p>- 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.</p> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– всестороннее и гармоничное развитие физических качеств и повышение уровня физической подготовленности обучающихся в процессе физкультурно-спортивной деятельности;</li> <li>– совершенствование индивидуальных способностей студентов в условиях учебной работы на основе применения наиболее эффективных средств и методов спортивной тренировки.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b>          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».</p>		

	<p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</b></p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общекультурных компетенций: УК-7.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– законодательство РФ в области физической культуры и спорта, средства, методы, принципы физической культуры при совершенствовании функциональных возможностей организма человека;</li> <li>– основы здорового образа жизни студента, особенности использования средств физической культуры для поддержания и повышения уровня здоровья, для полноценной социальной и профессиональной деятельности.</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– применять средства и методы физической культуры для повышения физического развития и совершенствования;</li> <li>– правильно дозировать физическую и умственную нагрузку в процессе учебной и профессиональной деятельности;</li> <li>– осуществлять самоконтроль за состоянием своего организма во время самостоятельных занятий, использовать средства профессионально-прикладной физической подготовки для развития профессионально важных двигательных умений и навыков.</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и укрепления здоровья;</li> <li>– способами физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности.</li> </ul>		
Б1.В	<b>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</b>		
Б1.В.01	<p><b>Теория и практика информационно-аналитической работы</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Цели и задачи дисциплины:</b></li> </ul> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– сформировать у студентов базовые теоретические и практические знания, необходимые для осуществления информационно-аналитической работы (ИАР) с материалами СМИ и других открытых источников.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- развить интерес к информационной и аналитической работе и творческий подход при ее выполнении;</li> <li>- сформировать знания и умения использования современного инструментария проведения информационно-аналитической работы;</li> <li>- сформировать навыки создания и редактирования информационно-аналитических текстов;</li> <li>- сформировать навыки статистической обработки текстовой информации и визуализации полученных результатов.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b></li> </ul> <p>к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Теория и практика информационно-аналитической работы», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплины «Математика», «Информатика».</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:</b></li> </ul> <p>процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальных и профессиональных компетенций: УК-1, УК-2, ПКР-1.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ключевые понятия, цели и задачи ИАР;</li> <li>- правила организации и базовые схемы реализации ИАР;</li> <li>- характерные ошибки, которых следует избегать при проведении ИАР.</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составлять и описывать модель проведения конкретной ИАР;</li> </ul>	7	Зачет Экзамен

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- проводить аналитическую обработку текстовой информации по различным параметрам;</li> <li>- подготавливать итоговые;</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- - 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).</li> </ul>		
Б1.В.02	<p><b>Маркетинговые исследования и ситуационный анализ</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- изучить содержание и направления маркетинговой деятельности;</li> <li>- изучить специфику процесса маркетинговых исследований;</li> <li>- изучить принципы измерений в маркетинговых исследованиях;</li> <li>- сформировать навыки разработки и реализации плана маркетинговых исследований;</li> <li>- сформировать навыки исследования потребителей;</li> <li>- сформировать навыки изучения конкурентов и завоевания преимуществ в конкурентной борьбе;</li> <li>- проанализировать специфику изучения нового товара;</li> <li>- сформировать навыки маркетинговых исследований рекламной деятельности;</li> <li>- овладеть методами и приемами ситуационного анализа.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b> 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», «Математика».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:</b> процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие профессиональных компетенций: ПКО-1, ПКО-3.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ключевые понятия, цели, задачи, методы маркетинговых исследований и ситуационного анализа; этапы планирования и проведения маркетинговых исследований; виды маркетинговых исследований;</li> <li>- способы организации маркетинговых исследований, методы обработки данных справок, обзоров и прогнозов.</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать концепцию проведения маркетинговых исследований; выбирать пригодные в конкретных ситуациях методы проведения маркетинговых исследований;</li> <li>- составлять отчетную документацию, с анализом проведенных исследований, готовить презентационные материалы с полученными в ходе исследования данными;</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками анализа маркетинговых проблем; методами обработки полученной информации;</li> <li>- описательными методами анализа количественных данных, навыком анализа первичной и вторичной информации; технологиями построения и обработки полученных данных для прогнозирования различных рыночных ситуаций</li> </ul>	6	Экзамен, Курсовая работа
Б1.В.03	<p><b>Теория и практика создания рекламного продукта</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сформировать у студентов комплекс знаний, навыков и компетенций для осуществления профессиональной деятельности в сфере разработки концепции и производства рекламного продукта, фирменного стиля компании.</li> </ul>	3	Зачет

	<p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– сформировать у студентов представление о многогранности и креативности профессиональной деятельности по производству рекламного продукта;</li> <li>– сформировать у студентов понимание значимости художественного творчества и искусства в рекламном сообщении;</li> <li>– выработать аналитические способности в области оценки эффективности и художественной ценности рекламных продуктов;</li> <li>– обучить основам проектирования фирменного стиля компании, разработки концепции и производства элементов рекламы.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b> к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Теория и практика создания рекламного продукта», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплины «Культурология», «Стилистика и литературное редактирование», «Основы маркетинга».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:</b> процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие профессиональных компетенций: ПКО-3.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные положения теории коммуникации, функциональные стили и жанровые разновидности русского литературного языка, коммуникативные качества речи, правила подготовки публичного выступления, нормы речевого этикета;</li> <li>- теоретические основы разработки правильных путей и средств в принятии необходимых решений, профессиональные требования к использованию интегрированных маркетинговых коммуникаций, принципы внешней и внутренней коммуникации;</li> <li>- специфику организации, подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы.</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять на практике правила продуцирования текстов основных жанров, объяснять закономерности развития языка редактировать тексты;</li> <li>- осуществлять организацию и сбор материала к выпуску рекламной продукции, использовать принципы выполнения текстовых и графических заданий;</li> <li>- использовать методические средства разработки и производства рекламного продукта с графическими и текстовыми элементами, заниматься подготовкой презентаций для позиционирования рекламного продукта;</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основами речи, знанием её видов, правилами речевого этикета и ведения диалога, законами композиции и стиля, приёмами убеждений;</li> <li>- приемами продвижения рекламного продукта с помощью коммуникационных технологий на рекламном рынке, методами делового партнерства, методами получения и распространения информации;</li> <li>- приемами продвижения на рынке рекламного продукта с использованием коммуникативных мероприятий, презентаций и рекламирования.</li> <li>- методами отбора современных информационно-коммуникационных технологий, интернет-технологии и специализированных программных продуктов в целях создания рекламного продукта</li> </ul>		
Б1.В.04	<p><b>Продакт-менеджмент</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– развить компетенции, необходимые для успешной карьеры на должности product-менеджера., изучить подходы и инструменты, используемые в управлении продуктами.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– изучить позицию Продакт-менеджера в компании, его функциональные обязанности, ответственность, требования к квалификации.</li> <li>- сформировать знания о жизненном цикле управления продуктом и мастер-плане продукта;</li> <li>- знать подходы и методы генерирования идей;</li> <li>- сформировать умения и навыки осуществления маркетинговой аналитики и исследования «голоса клиента»;</li> </ul>	3	Зачет

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- сформировать основы Дизайн-мышления;</li> <li>- изучить сущность Stage-Gate подхода к разработке новых продуктов;</li> <li>- изучить сущность Эджайл подходов к разработке новых продуктов;</li> <li>- сформировать систему знаний о специфике формирования финансов компании и методах прогнозирования продаж нового продукта.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b> к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Продакт-менеджмент», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплины «Экономическая теория», «Основы маркетинга».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:</b> процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие профессиональных компетенций: ПКО-1.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- позицию Продакт-менеджера в компании, его функциональные обязанности, ответственность, требования к квалификации;</li> <li>- жизненный цикл управления продуктом и мастер-план продукта;</li> <li>- подходы и методы генерирования идей;</li> <li>- сущность Stage-Gate подхода к разработке новых продуктов;</li> <li>- сущность Эджайл подходов к разработке новых продуктов;</li> <li>- специфику формирования финансов компании и методах прогнозирования продаж нового продукта.</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять маркетинговую аналитику и исследования «голоса клиента»;</li> <li>- управлять продуктами;</li> <li>- осуществлять оценку эффективности деятельности по управлению продуктами;</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками Дизайн-мышления;</li> <li>- навыками product-менеджмента.</li> </ul>		
Б1.В.05	<p><b>Теория и практика дизайна</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сформировать у студентов знания и умения в части основ рекламного и графического дизайна, позволяющие грамотно ориентироваться в вопросах разработки и публикации рекламной продукции.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- изучить специфику современного дизайна в сфере рекламы и корпоративных коммуникаций (в потребительском, промышленном и территориальном брендинге);</li> <li>- сформировать понимания принципов, логики и технологий современного дизайн-проекта и дизайн-продукта;</li> <li>- овладеть теоретическим и практическим материалом, способностью свободно ориентироваться в данном предмете и взаимодействовать с разработчиками и заказчиками дизайн- продукта.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b> 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».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:</b> процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие профессиональных компетенций: ПКО-2.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- понятийно-категориальный аппарат дисциплины;</li> <li>- основные этапы развития дизайна;</li> <li>- основные международные дизайн-школы;</li> <li>- основные стили дизайна;</li> <li>- особенности и отличия, основные виды и направления дизайна;</li> <li>- основные инструменты дизайна;</li> </ul>	4	Экзамен

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- основные тенденции в графическом и рекламном дизайне;</li> <li>- принципы визуальной идентификации;</li> <li>- типологию визуального брендинга;</li> <li>- основные стратегии и типы корпоративного редизайна;</li> <li>- инструменты и этапы разработки и механизмы работы с дизайн проектом.</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- свободно ориентироваться в технологиях, направлениях и функциях современного рекламного дизайна;</li> <li>- анализировать мировые и российские образцы профессионального и эффективного дизайна;</li> <li>- взаимодействовать с разработчиками в области дизайна;</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основными навыками адекватной оценки качества услуг разработчиков и дизайн продукта;</li> <li>- навыками управления процессом разработки дизайн проекта;</li> <li>- навыками постановки задач дизайн разработчикам.</li> </ul>		
Б1.В.06	<p><b>Теоретические основы PR</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обозначить роль и место связей с общественностью в современном обществе, среди других смежных дисциплин;</li> <li>- изучить основные принципы, направления и сферы деятельности связей с общественностью;</li> <li>- дать знания об особенностях работы специалистов по связям с общественностью в различных сферах социальной действительности;</li> <li>- сформировать у студентов представление о профессиональных обязанностях, этических нормах и правилах поведения специалиста по связям с общественностью;</li> <li>- сформировать у студентов навыки анализа явлений социальной действительности с позиций специалиста по связям с общественностью познакомить студентов с важнейшими тенденциями развития PR.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b></p> <p>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».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:</b></p> <p>процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальной компетенции: УК-1.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- роль и место связей с общественностью в современном обществе;</li> <li>- принципы связей с общественностью;</li> <li>- функции PR-специалиста;</li> <li>- историю возникновения и развития связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности в РФ и за рубежом;</li> <li>- методы, техники и технологии связей с общественностью;</li> <li>- основы проектной деятельности в связях с общественностью;</li> <li>- знать основные концепции организации общественных связей за рубежом и в России;</li> <li>- знать основные тенденции развития мирового PR;</li> <li>- знать особенности развития связей с общественность в современной России;</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определять эффективные каналы выхода на различные целевые аудитории;</li> <li>- разрабатывать информационные и коммуникационные кампании;</li> <li>- использовать новые медиа в PR-деятельности;</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- профессиональной лексикой;</li> </ul>	4	Экзамен

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- методиками, методами, и технологиями в различных отраслях связей с общественностью;</li> <li>- методиками оценки эффективности PR-деятельности.</li> </ul>		
Б1.В.07	<p><b>Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– повысить качество правовых знаний в области рекламы и связей с общественностью;</li> <li>– 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.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b></p> <p>к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «<b>Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы</b>», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплины «Основы социального государства», «Культурология».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:</b></p> <p>процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальной компетенции: УК-2</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- соотношение закона и других социальных норм;</li> <li>- сущность свободы слова как правового института;</li> <li>- содержание прав работника в профессиональной деятельности, связанной с рекламой и связями с общественностью и порядок их защиты;</li> <li>- понятие юридической ответственности субъекта информационной сферы и ее виды;</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- характеризовать формы и гарантии свободы слова;</li> <li>- характеризовать правовое положение субъектов информационной деятельности;</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками применения норм права;</li> <li>- навыками поиска необходимой информации для пополнения правовых знаний;</li> <li>- навыками неукоснительного выполнения должностных обязанностей;</li> <li>- навыками уважения к правам и свободам человека и гражданина.</li> </ul>	3	Зачет
Б1.В.08	<p><b>Конфликтология</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– сформировать представления о сущности конфликтов, основных функциях и типах конфликтов, возникающих в различных сферах человеческого взаимодействия, выявление основных принципов и методов управления организационными конфликтами.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- рассмотреть комплекс вопросов, о причинах, особенностях и закономерностях возникновения, развития и функционирования конфликтов;</li> <li>- дать представление о методах и способах разрешения и предотвращения конфликтов;</li> <li>- научить анализировать основные психологические характеристики личности с точки зрения формирования стратегий поведения в конфликтных ситуациях;</li> <li>- сформировать необходимые навыки управления поведением в условиях конфликта.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b></p> <p>к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Конфликтология», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплины «Социология массовых коммуникаций»,</p>	3	Зачет

	<p>«Культурология».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:</b>  процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальной компетенции: УК-3, УК-5.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные положения конфликтологии;</li> <li>- функции, структуру и динамику и конфликта в коллективе;</li> <li>- современные технологии разрешения конфликтов;</li> <li>- принципы бесконфликтного руководства;</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разбираться в основных типах конфликтов;</li> <li>- различать стадии развития конфликта;</li> <li>- понимать и оценивать позиции различных участников и сторон конфликтных взаимодействий;</li> <li>- анализировать взаимоотношения в коллективе;</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками конструктивно-партнерских взаимоотношений в коллективе;</li> <li>- развитыми навыками по успешному разрешению конфликтов;</li> <li>- навыками публичной речи, аргументации, ведения переговоров;</li> <li>- навыками противостояния манипуляции;</li> <li>- методами профилактики и нейтрализации межличностных конфликтов;</li> <li>- методами оптимизации сотрудничества людей в организациях.</li> </ul>		
Б1.В.09	<p><b>Теория и практика продаж</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сформировать у студентов компетенции, необходимые для построения эффективных систем активных продаж и прямого маркетинга.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сформировать понимание сущности, принципов, функций и задач управления продажами;</li> <li>- ознакомить с ролью и развитием продаж в маркетинге, поведением покупателей и стратегией продаж;</li> <li>- освоить знания относительно организации службы сбыта, продаж и требований к профессиональной компетенции специалиста по продажам;</li> <li>- сформировать знания о каналах и продвижении продаж, о мотивации и подготовке кадров, о прогнозировании объемов продаж;</li> <li>- ознакомить с ответственностью персональных продаж и управления ключевыми клиентами, основанных на взаимоотношениях, информационных технологиях в продажах;</li> <li>- применение практических технологий по организации продаж с использованием маркетинговых подходов;</li> <li>- сформировать практические навыки по использованию знаний по управлению продажами для правильной организации продаж и оценки их эффективности.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b>  к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Теория и практика продаж», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплины «Экономика предприятий», «Основы менеджмента организации», «Основы маркетинга».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:</b>  процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальной компетенции: ПКО-3.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- инструменты прямого маркетинга;</li> <li>- условия и факторы, определяющие эффективность инструментов прямого маркетинга;</li> <li>- основные элементы системы активных продаж.</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять инструменты прямого маркетинга и активных продаж на практике;</li> </ul>	7	Экзамен



	<p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками составления планов внедрения инструментов прямого маркетинга и активных продаж в организации.</li> </ul>		
Б1.В.10	<p><b>Профессиональный иностранный язык</b></p> <p><b>1.Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- расширить кругозор и повысить общую гуманитарную культуру студентов;</li> <li>- воспитать толерантность и уважение к духовным ценностям разных стран и народов;</li> <li>- развить когнитивные и исследовательские умения с использованием ресурсов на иностранном языке;</li> <li>- развить информационную культуру;</li> <li>- повысить уровень учебной автономии, способность к самообразованию.</li> </ul> <p><b>2.Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b></p> <p>к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Профессиональный иностранный язык», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплины «Иностранный язык».</p> <p><b>3.Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:</b></p> <p>процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальной компетенции: УК-4.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- иностранный язык на уровне, обеспечивающем эффективную профессиональную деятельность;</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать иностранный язык в профессиональной деятельности и межличностном общении;</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении на иностранном языке;</li> <li>- навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке по проблемам бизнеса и экономики.</li> </ul>	7	Экзамен
Б1.В.11	<p><b>Поведенческая экономика</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сформировать у студентов цельное представление об закономерностях, различных психологических явлениях, эмоциях и групповой динамике, влияющих на принятие экономических решений.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сформировать навыки самостоятельного анализа конкретных проблем принятия решений, с учетом особенностей восприятия, обработки информации, влияния социального окружения;</li> <li>- изучить факторы, оказывающие наибольшее влияние на принятие решения;</li> <li>- научить самостоятельно анализировать различные явления, значимые для принятия решений;</li> <li>- изучить психологические аспекты мотивации поведения;</li> <li>- исследовать реакции экономических агентов на те или иные воздействия;</li> <li>- исследовать влияние на индивида факторов окружающей среды;</li> <li>- обобщение фактов реальной деловой практики;</li> <li>- рассмотреть проблемы формирования успешных стратегий маркетинга.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b></p> <p>к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Поведенческая экономика», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплины «Экономика предприятий», «Экономическая теория», «Основы маркетинга».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения</b></p>	7	Экзамен

	<p><b>дисциплины:</b>  процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие профессиональной компетенции: ПКО-1.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методологию поведенческой экономической теории;</li> <li>- методы принятия решений;</li> <li>- поведенческую теорию игр;</li> <li>- традиционные и поведенческие финансы;</li> <li>- экспериментальную экономику;</li> <li>- неэффективность рынков;</li> <li>- модели, основанные на предпочтениях и убеждениях инвесторов;</li> <li>- эмпирические правила.</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять инструментарий и методы поведенческой экономики, используя теорию ограниченной рациональности, теорию перспектив, парадокс Алле, теорию поведенческих финансов, эвристики, модель Талера;</li> <li>- анализировать поведение людей в ситуации принятия стратегического решения;</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками применения инструментария и методов поведенческой экономики;</li> <li>- навыками проведения поведенческого анализа современной экономики;</li> <li>- навыками разработки эффективных стратегий воздействия на поведение экономических агентов.</li> </ul>		
Б1.В.12	<p><b>Копирайтинг</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- изучить специфику современного дизайна в сфере рекламы и корпоративных коммуникаций (в потребительском, промышленном и территориальном брендинге);</li> <li>- сформировать понимания принципов, логики и технологий современного дизайн-проекта и дизайн-продукта;</li> <li>- овладеть теоретическим и практическим материалом, способностью свободно ориентироваться в данном предмете и взаимодействовать с разработчиками и заказчиками дизайн-продукта.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b>  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».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:</b>  процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие профессиональной компетенции: ПКР-2.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы теории копирайтинга;</li> <li>- типологию основных форм и типов рекламных текстов, законы их составления;</li> <li>- особенности работы копирайтеров в рекламных агентствах;</li> <li>- основные творческие техники и технологии создания рекламных текстов.</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать мировой и отечественный опыт копирайтинга с учётом тенденций развития этой сферы на современном этапе;</li> <li>- производить и воспроизводить идеи, авторские ходы и преобразовать их в рекламный текст (продукт);</li> <li>- генерировать новые идеи;</li> <li>- применять на практике полученные теоретические знания;</li> </ul>	3	Экзамен

	<p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками разработки вербальной части рекламных коммуникаций;</li> <li>- навыками реализации творческих концепций в соответствии с техническим (творческим) заданием для решения маркетинговых задач;</li> <li>- навыками разработки творческих идей по брифу;</li> <li>- навыками разработки нескольких вариантов решений, поиска нестандартных и наиболее приемлемых решений творческих задач;</li> <li>- навыками оперативного планирования и контроля профессиональной деятельности в области копирайтинга;</li> <li>- навыками публичной презентации результатов профессиональной деятельности.</li> </ul>		
Б1.В.13	<p><b>Создание и управление репутацией бренда компании</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сформировать и развить знания и навыки в области брендинга, выработать у студентов профессиональное видение по созданию и управлению брендами.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сформировать отношение к брендингу как к инструменту рыночной экономики;</li> <li>- изучить концепции построения бренда;</li> <li>- ознакомить студентов с зарубежной и российской практикой брендинга.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b></p> <p>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 организации», «Теоретические основы PR».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:</b></p> <p>процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие профессиональных компетенций: ПКО-1, ПКР-3.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- роль брендинга в бизнес-модели функционирования различных компаний на современных b-to-c и b-to-b рынках;</li> <li>- принципы и технологии создания брендов для рынков b-to-c и b-to-b;</li> <li>- основные модели и критерии оценки капитала бренда;</li> <li>- принципы управления брендами;</li> <li>- методы структуризации атрибутов и выгод бренда;</li> <li>- методы управления репутацией бренда.</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать концепции позиционирования бренд-имиджа;</li> <li>- проводить анализ комплекса факторов, влияющих на восприятие бренда потребителями через различные каналы получения информация, включая собственный опыт использования бренда;</li> <li>- выявлять причины возникновения неудовлетворенных потребностей конкретным брендом, а также возможных путей её преодоления (смена бренда, смена восприятия и т.п.);</li> <li>- выявлять медиа-предпочтения потребителей для обеспечения оптимального числа возможностей для контакта с брендом;</li> <li>- определять выгоды от приобретения брендов целевыми сегментами.</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками изучения влияния различных маркетинговых стимулов на восприятие брендов и поведение потребителей в отношении брендов;</li> <li>- навыками исследования восприятия брендов потребителями и интерпретации полученных результатов.</li> </ul>	3	Экзамен
Б1.В.14	<p><b>Создание рекламного креатива</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сформировать у студентов теоретические знания и профессиональные компетенции, связанные с решением комплексных задач по разработке творческой концепции рекламного продукта, развить навыки разработки содержания рекламных сообщений, включая их текстовую и иллюстративную составляющие, а так же о художественное воплощение.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p>	5	Экзамен, Курсовая работа

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- изучить сущность креативности как творческого процесса;</li> <li>- изучить сущность рекламного творчества;</li> <li>- изучить специфику художественно-творческого мышления как профессионального мышления рекламиста;</li> <li>- изучить методы активизации творческих идей при создании рекламного продукта;</li> <li>- изучить технологию разработки креативного брифа и креативной концепции на основе брифа;</li> <li>- изучить специфику использования методов Мозгового штурма и Синектики;</li> <li>- изучить основы создания рекламного образа, стереотипизации и фанки-креатива.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b> 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».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:</b> процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие профессиональных компетенций: ПКО-1, ПКО-3.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы теории рекламного творчества, современных креативных техник и технологий в рекламе;</li> <li>- методы и приемы активизации творческих идей при создании продукта в области рекламы и связей с общественностью;</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- производить и воспроизводить идеи, авторские ходы и преобразовать их в творческий продукт;</li> <li>- управлять основными этапами креативного процесса;</li> <li>- генерировать новые идеи;</li> <li>- применять на практике полученные теоретические знания.</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками разработки творческих концепций в соответствии с техническим (творческим) заданием для решения творческих задач по разработке коммуникационной стратегии;</li> <li>- навыками разработки творческих идей по брифу;</li> <li>- навыками в области рекламного творчества, использования технологических приемов и способов осуществления рекламной деятельности в современной социокультурной ситуации.</li> </ul>		
Б1.В.15	<p><b>Внутренние коммуникации</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сформировать у студентов понимание о роли и месте внутренних коммуникаций в системе менеджмента организации;</li> <li>- сформировать системный подход к выстраиванию системы внутренних коммуникаций в организации и работе с инструментами внутренних коммуникаций;</li> <li>- освоить практические навыки работы с контентом корпоративных СМИ;</li> <li>- выработать системный подход к оценке эффективности внутренних коммуникаций, навыки структурирования, анализа и работы с исследовательской информацией;</li> <li>- сформировать набор знаний и умений для работы внутри мультикультурных организаций и управления мультикультурными командами;</li> <li>- выработать умения использования аналитического и творческого подходов для выстраивания системы внутренних коммуникаций в организации.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b></p>	3	Зачет

	<p>к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «<b>Внутренние коммуникации</b>», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплины «Культурология», «Социология массовых коммуникаций», «Основы теории коммуникаций».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:</b></p> <p>процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие профессиональных компетенций: ПКО-3.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные концепции и ключевые проблемы теории организационных коммуникаций, ее методологические основы, цели и функции внутрифирменных коммуникаций в системе менеджмента компании;</li> <li>- задачи, функции, виды, каналы и инструменты внутренних коммуникаций;</li> <li>- тенденции и проблемы в развитии данной сферы;</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- диагностировать, планировать, разрабатывать систему внутренних коммуникаций в соответствии с тактическими и стратегическими задачами развития компании.</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками принятия и реализации управленческих решений в сфере внутренних коммуникаций;</li> <li>- навыками применения полученных знаний для решения конкретных управленческих задач.</li> </ul>		
B1.B.16	<p><b>Создание медиа-контента для PR</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сформировать знания о механизмах и стратегиях производства современного медиа-контента как продукта интеграции информационных и коммуникативных технологий в единый информационный ресурс.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- изучить особенности современного медиаконтента;</li> <li>- овладеть алгоритмом подготовки различными типами медиаконтента;</li> <li>- анализировать и создавать различные типы контента в системе медиа-, социальных и бизнес-коммуникаций;</li> <li>- использовать механизмы убеждения, стратегии и тактики воздействия для подготовки медиаконтента;</li> <li>- изучить условия и факторы становления медиаотрасли в современной России.</li> <li>- изучить совокупность технологических средств и приемов передачи потребителю информационного сообщения в формате определенного медийного канала.</li> <li>- рассмотреть пути развития и способов финансирования медиапроектов;</li> <li>- познакомить с правилами и нормами правового оформления медийного проекта.</li> <li>- обрести навыки производства медиа-контента и медиа-проектов для PR.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b></p> <p>к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «<b>Создание медиа-контента для PR</b>», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплин «Теория и практика создания рекламного продукта», «Теоретические основы PR», «Копирайтинг».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:</b></p> <p>процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие профессиональных компетенций: ПКО-2, ПКР-3.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные субъекты организации современного медиаконтента;</li> <li>- структуру, стратегии и тактики современного медиаконтента;</li> <li>- классификацию медиаконтента;</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать алгоритм подготовки медиаконтента в различных коммуникативных ситуациях;</li> <li>- использовать приемы выразительности и средства воздействия в подготовке медиаконтента.</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p>	5	Экзамен, Курсовая работа

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками подготовки различных типов контента в системе медиа-, бизнес- и социальных коммуникаций.</li> <li>- технологией создания медиапроекта.</li> </ul>		
Б1.В.17	<p><b>Диджитал маркетинг</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сформировать у студентов знания, навыки и компетенции, необходимые для организации эффективной деятельности, а также продвижения компаний и продуктов в Интернете.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- рассмотреть сущность, каналы и технологии цифрового маркетинга;</li> <li>- раскрыть сущность и технологии SEO;</li> <li>- рассмотреть процесс управления контекстной рекламой в поисковых системах и партнерских сетях;</li> <li>- проанализировать возможности WEB аналитики;</li> <li>- рассмотреть сущность контентного маркетинга, бесплатное продвижение и таргетированную рекламу в социальных сетях;</li> <li>- уточнить содержание и тенденции развития цифровой экономики и Big Data.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b></p> <p>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».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:</b></p> <p>процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие профессиональных компетенций: ПКО-3, ПКР-1.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные средства и инструменты продвижения и продаж в Интернете;</li> <li>- инструменты лидогенерации;</li> <li>- инструменты SEO – оптимизации, аналитики данных и повышения конверсии;</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- делать выбор среди современных инструментов интернет-маркетинга для реализации кратко-, средне- и долгосрочных маркетинговых задач организации;</li> <li>- настраивать различные системы интернет-рекламы и веб-аналитики;</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методами анализа эффективности результатов деятельности компании в Интернете.</li> </ul>	7	Экзамен
Б1.В.18	<p><b>Медиапланирование</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сформировать у студентов знания о технологии медиапланирования, а также сформировать у студентов базовый комплекс навыков, необходимых для разработки медиапланов.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- изучить ключевые понятия теории медиапланирования;</li> <li>- изучить основные параметры медиапланирования, этапы процесса планирования рекламных кампаний;</li> <li>- овладеть исследовательским инструментарием, который используется в процессе медиапланирования;</li> <li>- овладеть технологиями выбора рекламных носителей.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b></p> <p>к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Медиапланирование», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплин ««Основы менеджмента», «Создание медиаконтента для PR».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:</b></p> <p>процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие профессиональных компетенций: ПКО-1, ПКО-3.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p>	4	Экзамен

	<p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основополагающие понятия, термины и категории медиапланирования;</li> <li>- основные технологии медиапланирования;</li> <li>- модели прогнозирования рейтинга.</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составить медиаплан и выполнить оценку его эффективности;</li> <li>- оценивать отбор носителей рекламы;</li> <li>- проводить ситуационный анализ (товар, аудитория, рынок).</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности;</li> <li>- навыками работы с данными измерения аудитории и другими информационными источниками медиапланирования;</li> <li>- представлениями о сущности и структуре основных документов медиапланирования;</li> <li>- приемами и принципами составления медиапланов, основываясь на конкретно заданных параметрах.</li> </ul>		
Б1.В.19	<p><b>Ивент-менеджмент</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- изучить понятия «ивент» и «ивент проект»;</li> <li>- раскрыть весь процесс создания мероприятия/ивент-проекта от идеи до реализации;</li> <li>- получить практические навыки творческого мышления;</li> <li>- изучить способы и методики применения различных технологий при планировании и реализации ивент-проектов;</li> <li>- изучить логику и принципы реализации любого ивент-проекта;</li> <li>- овладеть знаниями и инструментами для создания и разработки документации ивент проекта;</li> <li>- изучить новые технологии и тенденции в ивент индустрии;</li> <li>- получить практические навыки работы в команде при планировании и реализации проекта.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b></p> <p>к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Ивент-менеджмент», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплин «Основы менеджмента организации», «Теория и практика создания рекламного продукта», «Создание рекламного креатива».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:</b></p> <p>процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие профессиональных компетенций: ПКО-1.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- цели и задачи любого ивент проекта/мероприятия;</li> <li>- этапы подготовки и реализации ивент проекта/мероприятия;</li> <li>- передовые технологии в маркетинге, интертейнменте и других смежных индустриях для создания качественного контента ивент проектов/мероприятий.</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формировать команду ивент- проекта и распределять обязанности внутри нее;</li> <li>- составлять action план ивент проекта;</li> <li>- формировать программу и тайминг ивента/мероприятия;</li> <li>- читать и понимать техническую документацию ивент проекта (чертежи, планировки, эскизы и т.д.);</li> <li>- анализировать риски и принимать эффективные меры для предотвращения/сокращения их последствий при планировании и организации мероприятий/ивентов.</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками формирования и составления бюджета/проектно-сметной</li> </ul>	4	Экзамен

	<p>документации проекта;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- практическими навыками для эффективного управления всеми процессами при планировании и реализации ивент проектов/мероприятий.</li> </ul>		
Б1.В.20	<p><b>SMM (Маркетинг в социальных сетях)</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- освоить теоретические подходы и практические навыки управления маркетингом в социальных сетях, используя современные технологии в конкурентной стратегии предприятия.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- изучить современные модели развития и функционирования социальных медиа;</li> <li>- получить опыт применения инструментов планирования и оценки маркетинга в социальных медиа;</li> <li>- изучить результаты анализа российской практики маркетинга в социальных медиа;</li> <li>- научить адаптировать современные зарубежные практики маркетинга в социальных медиа для российских условий.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b></p> <p>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».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:</b></p> <p>процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие профессиональных компетенций: ПКО-2, ПКР-1.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные понятия SMM;</li> <li>- понятийно-категориальный аппарат методологических подходов к SMM;</li> <li>- основные методики оценки SMM-кампаний, а также элементы и инструменты веб-аналитики в сфере SMM;</li> <li>- технологии привлечение аудитории в SMM;</li> <li>- место и значение SMM в интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаниях;</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- организовать участие аудитории в производстве медиапродукции, обмене медиаконтентом, используя в том числе интерактивные сетевые обмены;</li> <li>- планировать и реализовывать SMM-кампании с применением мультимедийных и интерактивных средств.</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками планирования и создания интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний, применяющих мультимедийные и интерактивные средства;</li> <li>- навыками организации участия аудитории в производстве медиапродукции в SMM;</li> <li>- опытом оценки и управления SMM в интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаниях.</li> </ul>	3	Зачет
Б1.В.21	<p><b>Проектное управление</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сформировать знания о процессах и методах управления проектами; развить умения практического использования полученных знаний в ходе последующего обучения и профессиональной деятельности.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- изучить основы управления проектами;</li> <li>- изучить этапы разработка концепции проекта;</li> <li>- изучить организационные структуры управления проектами;</li> <li>- изучить особенности проектного финансирования;</li> <li>- изучить особенности и содержание процедуры планирования проекта;</li> <li>- изучить методы управления стоимостью и временем проекта;</li> </ul>	3	Зачет



	<p>- изучить методы управления рисками проекта;  - изучить методы контроля, регулирования и особенности завершения проекта.</p> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b>  к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Проектное управление», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплин «Основы менеджмента организации», «Медиапланирование».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:</b>  процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие профессиональных компетенций: ПКР-3.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы разработки стратегических концепций и бизнес-планов проектов, реализации функций руководства проектирования, планирования, подготовки и реализации проектов;</li> <li>- способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты в проектной деятельности, оценки предложенных способов с точки зрения соответствия цели проекта;</li> <li>- основы планирования реализации задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм;</li> <li>- способы решения задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректируя способы решения задач;</li> <li>- способы представления результатов проекта, предлагая возможности их использования и/или совершенствования;</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определять круг задач в рамках поставленной цели проекта или задачи;</li> <li>- решать поставленные задачи и предлагать способы их решения команде в проектной деятельности, с точки зрения оценки соответствия цели проекта.</li> <li>- планировать реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм;</li> <li>- выполнять задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректируя способы решения задач;</li> <li>- представлять результаты проекта, предлагая возможности их использования и/или совершенствования.</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками разработки стратегических концепций и бизнес-планов проектов, реализации функций руководства проектирования, планирования, подготовки и реализации проектов;</li> <li>- навыками решения поставленных задач в проектной деятельности, навыками оценки предложенных способов решения поставленных задач с точки зрения соответствия цели проекта;</li> <li>- навыками планирования реализации задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм;</li> <li>- навыками решения задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля.</li> </ul>		
Б1.В.22	<p><b>Создание сайта</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обеспечить фундаментальную подготовку студентов по освоению, реализации и применению интернет технологий как в процессе обучения в вузе, так и в последующей профессиональной деятельности.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- изучить язык HTML;</li> <li>- изучить каскадные таблицы стилей (CSS);</li> <li>- изучить язык программирования JavaScript;</li> <li>- научиться разрабатывать динамический сайт;</li> <li>- изучить системы управления контентом (CMS);</li> <li>- научиться разрабатывать динамический сайт без использования CMS.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b>  к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Создание</p>	3	Зачет

	<p>сайта», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплин «Информатика».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:</b>  процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие профессиональных компетенций: ПКР-1.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- структуру HTML-документа, функциональные теги, верстку страницы сайта, HTML5;</li> <li>- синтаксис CSS, селекторы, свойства, значения, способы задания стилей, правила определения приоритетов стилей;</li> <li>- назначение и область применения языка JavaScript, переменные, константы, операции, операторы языка;</li> <li>- объектную модель документа;</li> <li>- принципы работы динамического Web-приложения;</li> <li>- язык программирования PHP;</li> <li>- системы управления контентом (CMS);</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять язык JavaScript;</li> <li>- осуществлять установку и настройку программного обеспечения для разработки динамического сайта.</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками обработки информации;</li> <li>- навыками подключения к СУБД MySQL, отображения данных на страницах сайта;</li> <li>- механизмами сохранения информации о компьютере клиента.</li> <li>- навыками разработки дизайна страниц Web-приложения с использованием каскадных таблиц стилей;</li> <li>- навыками определения стилей идентификаторов, классов, элементов документа;</li> <li>- навыками разработки динамического сайта, с использованием систем управления контентом;</li> <li>- навыками разработки динамического сайта с использованием языка PHP и СУБД MySQL с разграничением прав доступа без использования систем управления контентом.</li> </ul>		
Б1.В.23	<p><b>Анализ информационного поля в PR</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сформировать у студентов систему знаний о передовых подходах в анализе медиа и навыки ориентации в выборе KPI для оценки PR.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- изучить содержание и специфику «Медиааналитики» как прикладной дисциплины;</li> <li>- изучить этапы и результаты медиааналитического исследования;</li> <li>- изучить параметры, метрики, выбор показателей эффективности (KPI), используемых при проведении оценки коммуникаций.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b>  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».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:</b>  процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальных и профессиональных компетенций: УК-1; УК-2; ПКР-1.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ключевые понятия, цели и задачи анализа информационного поля в PR;</li> <li>- правила организации и базовые схемы анализа информационного поля в PR;</li> <li>- характерные ошибки, которых следует избегать при проведении анализа информационного поля в PR;</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p>	3	Зачет

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- составлять и описывать модель проведения анализа информационного поля в PR;</li> <li>- проводить аналитическую обработку текстовой информации по различным параметрам;</li> <li>- подготавливать итоговые информационные и аналитические тексты, а также осуществлять их редактирование.</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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).</li> </ul>		
Б1.В.24	<p><b>Психология массовых коммуникаций</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- изучить специфику масс, общественного мнения и поведения;</li> <li>- исследовать характеристику коммуникативного процесса;</li> <li>- сформировать представление об эффектах массовой коммуникации;</li> <li>- научиться использовать эффекты массовой коммуникации;</li> <li>- изучить психологию рекламы, моды, слухов.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b></p> <p>к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «<b>Психология массовых коммуникаций</b>», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплин «<b>Основы теории коммуникаций</b>», «<b>Социология массовых коммуникаций</b>», «<b>Поведенческая экономика</b>».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:</b></p> <p>процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальных и профессиональных компетенций: ПКО-1.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- феномены массовой коммуникации;</li> <li>- закономерности общественного мнения, и массовых настроений и способах воздействия на них;</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать психологические свойства и феномены современной массовой коммуникации, понимать их природу;</li> <li>- применять теоретические знания к анализу конкретных ситуаций;</li> <li>- уметь пользоваться специальной информацией для разработки стратегий профессиональной деятельности;</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками исследования общественного мнения;</li> <li>- основными приемами для эффективного управления массовым поведением людей;</li> <li>- навыками эффективного установления и поддержания коммуникаций внутри организации и за ее пределами.</li> </ul>	2	Зачет
Б1.В.25	<p><b>Стартап в цифровой сфере</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сформировать у студентов знания и компетенции, необходимые для осуществления стартапа в цифровой сфере.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- развить интерес у студентов к сфере предпринимательства,</li> <li>- изучить преимущества, возможности, а также проблемы и риски, связанные с развитием стартапов в цифровой среде;</li> <li>- ознакомить студентов с процессами и инструментарием жизнеспособного стартапа.</li> </ul>	2	Зачет

	<p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b> к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «<b>Стартап в цифровой сфере</b>», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплин «Информатика», «Создание сайта», «SMM (маркетинг в социальных сетях)», «Проектное управление».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:</b> процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальных и профессиональных компетенций: ПКР-1.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- практику организации работы предприятия в интернет-сфере;</li> <li>- специфику потребительского поведения и маркетинговых аспектов интернет-предпринимательства;</li> <li>- инструменты исследования и анализа рынка;</li> <li>- основные бизнес- модели компаний, работающих в интернет-сфере;</li> <li>- стратегический инструментарий и современные технологии интернет-предпринимательства;</li> <li>- возможности для формирования устойчивых конкурентных преимуществ компаний в интернет-сфере;</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- вести предпринимательскую деятельность в компаниях высокотехнологичных секторов;</li> <li>- разрабатывать и реализовывать бизнес-модели;</li> <li>- использовать методы, приемы, инструментарий создания интернет-компаний;</li> <li>- планировать и оценивать результаты предпринимательской деятельности в интернет-сфере;</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками поиска идеи;</li> <li>- методами анализа рынка и соответствия ожиданиям потребителя;</li> <li>- навыками оценки экономической эффективности проекта;</li> <li>- маркетинговыми коммуникациями;</li> <li>- навыками выступления перед инвесторами.</li> </ul>		
Б1.В.26	<p><b>Антикризисный PR</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- изучить предмет, метод и содержание курса «Антикризисный PR»</li> <li>- изучить специфику кризисов и антикризисных коммуникаций;</li> <li>- изучить комплексные циклы действий в конфликтных ситуациях;</li> <li>- освоить навыки использования технологий предотвращения экстремальных ситуаций;</li> <li>- научиться использовать антикризисные коммуникации в условиях информационной войны;</li> <li>- изучить антикризисные GR-практики в России и GR-практики российских консалтинговых агентств (out-house GR).</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b> к исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «<b>Антикризисный PR</b>», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплин Теоретические основы PR», «Создание медиаконтента для PR», «Копирайтинг».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:</b> процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальных и профессиональных компетенций: ПКО-2, ПКР-3.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы рекламного дела и теории коммуникации;</li> </ul>	2	Зачет

	<p>- методики создания коммуникации;</p> <p>- комплексные циклы действий в конфликтных ситуациях;</p> <p>- технологии предотвращения экстремальных ситуаций;</p> <p>- антикризисные GR-практики в России.</p> <p><b>б) уметь:</b></p> <p>- решать задачи межличностного и межкультурного взаимодействия посредством коммуникации;</p> <p>- оценивать эффективность коммуникации;</p> <p>- проводить мероприятия по улучшению имиджа организации;</p> <p>использовать антикризисные коммуникации в условиях информационной войны;</p> <p><b>в) владеть:</b></p> <p>- различными форматами устной и письменной массовой коммуникации.</p> <p>- навыками работы с антикризисными коммуникациями.</p>		
<b>Б1.В.ДВ</b>	<b>Дисциплины по выбору</b>		
Б1.В.ДВ.01		3	Зачет
1	<p><b>Текстовые редакторы</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <p>– сформировать представление о методах и приёмах обработки информации с использованием текстовых процессоров.</p> <p><b>Задачи:</b></p> <p>– познакомить со способами обработки текстовой информации с помощью персональных компьютеров,</p> <p>– изучить и закрепить знания о назначении и использовании текстового процессора;</p> <p>– обучить основам работы в среде табличного процессора MS Word.</p> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b></p> <p>для успешного изучения дисциплины студент должен иметь базовые знания, полученные по программе среднего общего образования по предмету «Информатика».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</b></p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных профессиональных компетенций: ПКР-1.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <p>основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией, а также иметь представление о компьютерных технологиях, используемых для обработки информации;</p> <p><b>б) уметь:</b></p> <p>применять текстовые процессоры для обработки информации;</p> <p><b>в) владеть:</b></p> <p>основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией.</p>		
2	<p><b>Основы компьютерной графики</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <p>– изучить современные методы создания компьютерной графики и сформировать навыки их применения в профессиональной деятельности;</p> <p><b>Задачи:</b></p> <p>– освоить методы компьютерной геометрии, растровой и векторной графики;</p> <p>– приобрести навыки самостоятельного изучения отдельных тем дисциплины и решения типовых задач;</p> <p>– приобрести навыки работы с графическими библиотеками и в современных графических пакетах и системах;</p> <p>– усвоить полученные знания, а также сформировать мотивацию к самообразованию за счет активизации самостоятельной познавательной деятельности.</p> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b></p> <p>для успешного изучения дисциплины студент должен иметь базовые знания,</p>		

	<p>полученные по программе среднего общего образования по предмету «Информатика».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</b></p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных профессиональных компетенций: ПКР-1.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <p>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;</p> <p><b>б) уметь:</b></p> <p>программно реализовывать основные алгоритмы растровой и векторной графики; использовать графические стандарты и библиотеки;</p> <p><b>в) владеть:</b></p> <p>основными приемами создания и редактирования изображений в векторных редакторах; навыками редактирования фотореалистичных изображений в растровых редакторах.</p>		
Б1.В.ДВ.02		4	Экзамен
1	<p><b>Электронные таблицы</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– сформировать у студентов представления о методах и приёмах обработки информации и профессиональных навыков обработки информации с использованием электронных таблиц.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– познакомиться со способами обработки числовой информации с помощью персональных компьютеров;</li> <li>– изучить и закрепить знания о назначении и использовании табличных процессоров;</li> <li>– обучить основам работы в среде табличного процессора MS Excel;</li> <li>– обучить основам работы в среде табличного процессора Google Sheets.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b></p> <p>для успешного изучения дисциплины студент должен иметь базовые знания, полученные по программе среднего общего образования по предмету «Информатика».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</b></p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных профессиональных компетенций: ПКР-1.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией;</li> <li>– иметь представление о компьютерных технологиях, используемых для обработки информации;</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– применять табличные процессоры для обработки информации;</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками обработки информации;</li> <li>– навыками работы с компьютером, как средством управления информацией.</li> </ul>		
2	<p><b>Базы данных</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– 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.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p>		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- изложение основных положений технологии разработки БД;</li> <li>- использование современных инструментальных и методологических средств разработки БД;</li> <li>- изучение основ теории БД;</li> <li>- ознакомление с основными моделями БД;</li> <li>- знакомство с языком структурированных запросов к базам данных (SQL);</li> <li>- изучение систем управления базами данных (СУБД);</li> <li>- получение практических навыков работы с данными, организации БД и систем БД (банков данных);</li> <li>- освоение ряда фундаментальных понятий, таких как модель данных, модели организации работы пользователей с базой данных, нормализация, индексация, целостность БД;</li> <li>- 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).</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b> для успешного изучения дисциплины студент должен иметь базовые знания, полученные по программе среднего общего образования по предмету «Информатика».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</b> Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных профессиональных компетенций: ПКР-1.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- задачи и принципы разработки баз данных;</li> <li>- модели баз данных;</li> <li>- типы системы управления базами данных;</li> <li>- базовые понятия теории баз данных;</li> <li>- основные модели данных;</li> <li>- нормальные формы реляционных отношений;</li> <li>- язык структурированных запросов SQL;</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать инструментальные средства, поддерживающие разработку программного обеспечения профессионально-ориентированных информационных систем;</li> <li>- использовать технические средства информационных систем в предметной области;</li> <li>- создавать таблицы баз данных;</li> <li>- выполнять основные приемы работы с наборами данных: навигация по набору данных, поиск записей в наборе данных, фильтрация записей и т.п.;</li> <li>- создавать SQL-запросы;</li> <li>- создавать отчеты;</li> <li>- проводить анализ предметной области;</li> <li>- выявлять информационные потребности пользователей и разрабатывать требования к базам данных;</li> <li>- разрабатывать концептуальную, логическую и физическую модели базы данных;</li> <li>- выбирать инструментальные средства и технологии разработки баз данных.</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разработки модели данных;</li> <li>- разработки приложений баз данных;</li> <li>- использования языка SQL;</li> <li>- работы с современными СУБД.</li> </ul>		
Б1.В.ДВ.03		2	Зачет
1	<p><b>HR-брендинг</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сформировать у студентов базовые теоретические знания, необходимые для овладения практическими навыками формирования и продвижения бренда</li> </ul>		

	<p>работодателя. Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- изучить понятия HR-бренда и HR-брендинга, факторы, влияющие на формирование HR –бренда;</li> <li>- изучить основы и практики диагностики или аудита бренда работодателя;</li> <li>- изучить специфику продвижение бренда работодателя на рынке труда и внутреннего продвижения бренда работодателя;</li> <li>- изучить технологии оценки эффективности HR- бренда;</li> <li>- сформировать практически навыки формирования и продвижения бренда работодателя.</li> </ul> <p><b>2.Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b> для успешного изучения дисциплины студент должен иметь базовые знания, полученные по предмету «Основы менеджмента организации», «Создание и управление репутацией бренда компании».</p> <p><b>3.Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</b> Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных профессиональных компетенций: ПКО-1; ПКО-2.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ключевые понятия, цели и задачи HR-брендинга;</li> <li>- специфику запуска и управления проектами по развитию бренда работодателя в компаниях с различной численностью сотрудников, работающих в разных секторах рынка, российских и международных.</li> <li>- ключевые риски и характерные ошибки в работе с брендом работодателя, которых следует избегать;</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выстраивать полный цикл работы с брендом работодателя от определения целей до оценки эффективности;</li> <li>- формировать рабочую группу проекта, включая взаимодействие с внутренними стейкхолдерами и внешними подрядчиками;</li> <li>- определять необходимый минимум и оптимум необходимых исследований;</li> <li>- определять и реализовывать основные этапы работы с ценностным предложением работодателя (EVP);</li> <li>- формировать стратегию продвижения бренда работодателя (на рынке труда и внутри компании);</li> <li>- выделять основные метрики оценки эффективности работы с бредом работодателя, собирать и анализировать данные для такой оценки;</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками использования современных инструментов, применяемых при проведении полного цикла работ по управлению брендом работодателя.</li> </ul>		
2	<p><b>Блоггинг</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b> <b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сформировать у студентов систему знаний и навыков в области использования современных информационных технологий, создания блога и формирования навыков работы с ПК и Интернет.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- познакомить с основами компьютерной грамотности;</li> <li>- изучить основы блоггерства;</li> <li>- научить работать с различными видами прикладных программ.</li> </ul> <p><b>2.Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b> для успешного изучения дисциплины студент должен иметь базовые знания, полученные по предмету «SMM (Маркетинг в социальных сетях)», «Копирайтинг».</p> <p><b>3.Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</b> Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных профессиональных компетенций: ПКО-1; ПКО-2.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- особенности блогов и блогосферы;</li> <li>- разновидности блогов;</li> </ul>		



	<p>- этапы создания блога;</p> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять работу в программе Adobe Premiere;</li> <li>- осуществлять работу в программе After Effects</li> <li>- осуществлять работу с видеохостингом Youtube.</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками использования звукового редактора;</li> <li>- навыками видеомонтажа.</li> </ul>		
Б2	<b>Практики</b>		
Б2.О.01(У)	<p><b>Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика</b></p> <p>1. Цели и задачи учебной практики:</p> <p>Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- освоение ряда элементарных трудовых действий, описанных в соответствующих профессиональных стандартах.</li> </ul> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- изучить последовательность и методы проведения продуктового конкурентного анализа в компании;</li> <li>- изучить последовательность и методы разработки нового продукта;</li> <li>- изучить методы представления результатов разработки рекламной компании для продукта (продуктов) компании.</li> </ul> <p>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</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения учебной практики.</p> <p>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.</p> <p>В результате прохождения учебной практики студент должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными службами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;</li> <li>- специфику формирования и поддержания корпоративной культуры;</li> </ul> <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принимать участие в разработке, подготовке к выпуску, производстве и распространении рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;</li> <li>- принимать участие в подготовке проектной и сопутствующей документации, связанной с проведением рекламных кампаний и отдельных мероприятий (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);</li> </ul> <p>в) владеть навыками:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проектирования и технологического обеспечения реализуемых проектов.</li> </ul>	6	Зачет с оценкой
Б2.О.02(П)	<p><b>Производственная практика: профессионально-творческая практика</b></p> <p>1. Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- приобрести практические профессиональные навыки и компетенции;</li> <li>- освоить профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах и основ работы в отделах рекламы/связей с общественностью;</li> <li>- осуществить сбор практического материала для выполнения второй главы выпускной квалификационной работы.</li> </ul> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- научиться составлять организационно-экономическую характеристику предприятия (организации) – объекта практики;</li> <li>- изучить методы анализа параметров внешней и внутренней среды организации,</li> </ul>	12	Зачет с оценкой

	<p>SWOT-анализа;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- научиться проводить анализ и оценку существующего положения компании, указать причины, приведшие к началу рекламной или PR-кампании;</li> <li>- научиться выделять и анализировать целевую аудиторию.</li> <li>- научиться определять каналы коммуникации с целевой аудиторией, обосновывать выбор СМИ, других средств коммуникации.</li> <li>- научиться формулировать цель и задачи специального мероприятия, определять, составлять его график.</li> </ul> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>В результате прохождения профессионально-творческой практики студент должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;</li> <li>–методы создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации;</li> <li>- приемы и принципы планирования при подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;</li> <li>- порядок подготовки к выпуску, производству и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;</li> </ul> <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– работать в отделах рекламы/связей с общественностью;</li> <li>– создавать тексты рекламы;</li> <li>– анализировать специфику работы отделов рекламы и связей с общественностью, функциональные схемы построения отделов;</li> <li>– применять приемы и принципы планирования при подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;</li> <li>– проводить маркетинговые исследования;</li> <li>– использовать приемы и методы организации и проведения социологических исследований;</li> <li>– использовать приемы и методы подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.</li> </ul> <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-навыками решения стандартных задач профессиональной деятельности при соблюдении основных требований информационной безопасности;</li> <li>- навыками подготовки к выпуску, производству и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.</li> </ul>		
Б2.О.03(П)	<p><b>Производственная практика: Преддипломная практика</b></p> <p>1.Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– решение конкретных практических задач;</li> <li>– выработка умения обосновать направления совершенствования процессов, связанных в рекламой и связями с общественностью, выступающих в качестве предмета исследования;</li> <li>– сбор аналитического материала по теме исследования, анализ заданной предметной области, подготовка материала для практической и проектной части выпускной квалификационной работы.</li> </ul> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;</li> <li>– осуществлять авторскую деятельности с учетом специфики разных типов</li> </ul>	9	Зачет с оценкой

	<p>СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта;</li> <li>– применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций;</li> <li>– осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа;</li> <li>– осуществлять проектную деятельность в соответствии с требованиями, стандартами управления проектами в сфере рекламы.</li> </ul> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>В результате прохождения преддипломной практики студент должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сущность и принципы нормативного контроля содержания рекламной информации, в том числе на сайте и социальных сетях;</li> <li>- принципы организации работы по созданию и редактированию контента;</li> <li>- методы и инструменты управления информацией из различных источников;</li> <li>- содержание и методику подготовки отчетности по сайту и иным каналам продвижения.</li> </ul> <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- организовывать и проводить маркетинговые исследования;</li> <li>- разрабатывать маркетинговую стратегию;</li> <li>- организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции;</li> <li>- осуществлять поиск информации по тематике сайта;</li> <li>- готовить информационные материалы, в том числе для сайта;</li> <li>- редактировать информацию на сайте и в социальных сетях;</li> <li>- вести новостные ленты и осуществлять представительство в социальных сетях;</li> <li>- модерировать обсуждения на сайте, в форуме и социальных сетях;</li> <li>- осуществлять контроль за наполнением сайта;</li> <li>- осуществлять локальные изменения структуры сайта;</li> <li>- проводить анализ информационных потребностей посетителей сайта;</li> </ul> <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками организации специальных рекламных и PRмероприятий;</li> <li>- навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции.</li> </ul>		
	<p><b>Государственная итоговая аттестация</b></p> <p>1.Цель: - установление уровня подготовки выпускника Института к выполнению профессиональных задач и соответствия его подготовки требованиям ФГОС ВО.</p> <p>Задачи: – защитить выпускную квалификационную работу.</p> <p>2.Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося: 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.</p> <p>3.Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: УК-1;</p>	6	

	<p>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; ПКО-1; ПКО-2; ПКО-3; ПКР-1; ПКР-2; ПКР-3.</p> <p>В результате подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы студент должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– теоретические, методические и практические аспекты ОПОП по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (профиль «Реклама и связи с общественностью»);</li> </ul> <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– применять методы, методики и инструменты проведения маркетинговых исследований;</li> <li>– организовывать рекламные и PR-кампании;</li> <li>– создавать авторский медиа и PR-контент;</li> <li>– применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций;</li> </ul> <p>в) владеть/ быть способным:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками осуществления проектной деятельности в области рекламы и связей с общественностью;</li> <li>– навыками осуществления редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа</li> </ul>		
ФТД	<b>Факультативы</b>		
ФТД.В.01	<p><b>Политология</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– сформировать у студентов систему знаний о специфике политической реальности, месте и роли политики в социальной системе; сформировать гражданское сознание студентов.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– сформировать знания об истории зарубежной и отечественной политической мысли;</li> <li>– сформировать знания об основных парадигмах и концепциях современной политологии;</li> <li>– овладеть базовым понятийным аппаратом политологии и развитие навыков критического анализа взаимосвязи политических и экономических процессов и явлений;</li> <li>– сформировать умения формулировать, излагать и аргументировать собственную позицию по значимым социально-политическим проблемам.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b> для успешного изучения дисциплины студент должен иметь базовые знания, полученные по предмету «Философия», «История».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</b></p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных профессиональных компетенций: ОПК-2.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– специфику политики как социального явления и системы управления; основные этапы развития политической мысли;</li> <li>– понятия и структуру современной политической науки;</li> <li>– основные концепции и теории политологии;</li> <li>– содержание современного политического процесса;</li> <li>– основы гражданской политической культуры;</li> </ul> <p><b>б) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– применять понятия политологии для анализа социально-политических и социально-экономических процессов и явлений;</li> <li>– формулировать, и аргументировано излагать собственное видение социально-политических проблем и способов их разрешения;</li> <li>– занимать определенную гражданскую позицию.</li> </ul> <p><b>в) владеть:</b></p>	1	Зачет

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками критического анализа социально-политических явлений и процессов;</li> <li>– основами гражданско-правовой политической культуры в определении поведенческих стратегий;</li> <li>– навыками участия в формировании социально-политических отношений в обществе.</li> </ul>		
ФТД.В.02	<p><b>Ценообразование</b></p> <p><b>1. Цели и задачи дисциплины:</b></p> <p><b>Цель:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сформировать теоретические представления и практические навыки по ценообразованию в условиях конкурентной среды.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– изучить и использовать нормативно-правовые документы, касающиеся рыночного ценообразования;</li> <li>– овладеть методами, способностью анализировать, и интерпретировать финансовую и экономическую информацию для принятия управленческих решений;</li> <li>– приобрести навыки пользования компьютерными технологиями для учета затрат, формирования себестоимости и расчета цен.</li> </ul> <p><b>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</b> взаимосвязано с учебными курсами «Экономическая теория», «Экономика предприятий».</p> <p><b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</b></p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общекультурных и профессиональных компетенций: УК-4.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины студент должен:</b></p> <p><b>а) знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– теоретические и нормативно-правовые основы ценообразования на товарных и финансовых рынках;</li> <li>– закономерности процессов ценообразования на товарных и финансовых рынках;</li> <li>– основные методы ценообразования на товарных и финансовых рынках;</li> </ul> <p><b>б) владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– механизмами анализа, моделирования и прогнозирования цен на товары, финансовые инструменты и услуги в конкурентной среде;</li> </ul> <p><b>в) уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– пользоваться технологиями, методами и способами определения затрат, себестоимости, цен товаров, финансовых инструментов и услуг в конкурентной среде.</li> </ul>	1	Зачет