

## АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН

### Б1.О – ОБЯЗАТЕЛЬНАЯ ЧАСТЬ

#### Б1.О.01. ИСТОРИЯ

##### 1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины - сформировать у будущих бакалавров историческое мышление, способствовать осознанию особенностей исторического места России в мировом сообществе.

##### 2. Задачи:

- формирование у молодого поколения исторических ориентиров самоидентификации в современном мире, гражданской идентичности личности;
- развитие способности у обучающихся осмысливать важнейшие исторические события, процессы и явления;
- воспитание обучающихся в духе патриотизма, уважения к истории своего Отечества как единого многонационального государства, построенного на основе равенства всех народов России.

##### 2. Место дисциплины в структуре программы

Дисциплина Б1.О.01. «История» относится к дисциплинам обязательной части профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Изучается в 1 семестре и логически взаимосвязана с другими дисциплинами: «Философией», «Правом», «Культурологией» .

Данный курс требует от студентов знаний в области русского языка, логики, представления об основных событиях и этапах развития истории, способности оперативно фиксировать получаемую информацию.

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

###### Знать:

- закономерности и этапы исторического процесса;

###### Уметь:

- применять понятийно-категориальный аппарат исторической науки;
- ориентироваться в мировом историческом процессе, анализировать процессы и явления, происходящие в обществе.

В результате освоения дисциплины «История» обучающийся должен освоить **универсальную компетенцию:**

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

#### Б1.О.02 ФИЛОСОФИЯ

##### 1. Цель и задачи освоения дисциплины:

Цель дисциплины - подготовка студентов к пониманию и осмыслению особенностей и проблем окружающего мира и осознанию места человека в нем.

##### Задачи:

- ознакомление обучающихся с основными этапами исторического развития философии (поскольку постижение сути любой мировоззренческой проблемы возможно лишь на основе понимания логики ее формирования и эволюции в историко-философском процессе);
- формирование у студентов представлений о философских и естественнонаучных картинах мира, складывающихся в процессе развития цивилизации;
- изучение основных идей современной философии, ее главных разделов (онтологии, гносеологии, логики, методологии, аксиологии, социальной философии);

- формирование у студентов осознанного отношения к собственному мировоззрению и необходимости совершенствования его на основе и в соответствии с развивающимися научными знаниями и изменяющимися социальными условиями;

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

Дисциплина относится к обязательной части образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Изучается во втором семестре. Дисциплина «Философия» расширяет кругозор, вырабатывает аналитические навыки, необходимые при решении практических задач.

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

**Знать:**

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

**Уметь:**

- применять понятийно-категориальный аппарат, основные законы гуманитарных и социальных наук в профессиональной деятельности, корректно использовать в своей деятельности профессиональную лексику.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить:

### **Универсальную компетенцию**

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

## **Б1.О.03. КУЛЬТУРА РЕЧИ И ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ**

### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Цель:** сообщение необходимых сведений о русском языке, его структуре, ресурсах, формах реализации; ознакомление с основами культуры речи и делового общения, с языком и стилем официальных документов; формирование устойчивого представления о речи как инструменте эффективного общения в повседневной жизни и деловой сфере; совершенствование грамотного письма и говорения.

### **Задачи:**

- обобщить знания, полученные студентами в процессе изучения русского языка ранее: в общеобразовательной школе или образовательных учреждениях среднего профессионального образования;

- усовершенствовать навыки и умения грамотного письма и говорения;

- ознакомить со структурой и функциями современного русского литературного языка;

- изложить необходимые сведения о деловом стиле общения;

- сформировать и отработать навыки и умения ведения деловой переписки, переговоров, телефонных разговоров, личного общения в формальной обстановке.

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

Дисциплина Б1.О.03 «Культура речи и деловое общение» относится к обязательной части программы и изучается в первом семестре. Освоение дисциплины Б1.О.03 «Культура речи и деловое общение» опирается на знания и умения, приобретенные студентами при изучении школьного курса русского языка. Изучение дисциплины Б1.О.03 «Культура речи и деловое общение» необходимо для успешного освоения всех последующих дисциплин учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

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

**Знать:**

- принципы стилистического расслоения современного русского литературного языка;

- функциональные разновидности современного русского литературного языка;

- языковые особенности каждого из функциональных стилей;

- устойчивые языковые формулы и типовые формы документа;

- разновидности и формы речи;
- орфоэпические, лексические, стилистические, грамматические и нормы правописания.

#### **Уметь:**

- анализировать ситуацию речевого общения применительно к различным сферам человеческой деятельности и ситуациям;
- строить письменное и устное общение в соответствии с языковыми особенностями каждого стиля;
- чётко и ясно выражать свои мысли, воздействовать на слушателей, грамотно строить устную речь и письменное высказывание с учётом социальной, информационной и эстетической значимости;
- применять нормы современного русского литературного языка для решения задач профессионального и межличностного общения.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить **универсальные /общепрофессиональные компетенции:**

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

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

### **Б1.О.04. ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК**

#### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

##### **Цель:**

Целью дисциплины «Иностранный язык» (Английский язык) в неязыковом вузе является приобретение студентами компетенции практического владения разговорно-бытовой и письменной речью в повседневной социально-культурной среде.

##### **Задачи:**

- Совершенствование лексико-грамматических навыков в рамках устной и письменной речи в социально-бытовой сфере;
- Обучение устной иноязычной речи в социально-бытовой сфере;
- Совершенствование навыков устного публичного выступления;
- Совершенствование навыков чтения и понимания аутентичной литературы заданной направленности на иностранном языке;
- Совершенствование навыков письменного перевода (с английского языка на русский язык, с русского языка на английский).

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

Дисциплина Б1.О.04. Иностранный язык относится к блоку Б1 «Дисциплины» обязательной части образовательной программы.

Дисциплина изучается на 1 курсе, в 1, 2 семестрах.

Изучение дисциплины базируется на знаниях школьного курса иностранного языка. Прохождение курса необходимо как предшествующего для изучения дисциплины «Язык современной рекламы».

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

##### **Знать:**

- лексический минимум иностранного языка общего и профессионального характера;
- грамматические основы, обеспечивающие коммуникацию общего и профессионального характера без искажения смысла при письменном и устном общении.

##### **Уметь:**

- общаться с зарубежными коллегами на одном из иностранных языков, осуществлять перевод профессиональных текстов.

##### **Владеть:**

- навыками ведения дискуссии, полемики, диалога;
- навыками разговорной речи на одном из иностранных языков и профессионально-ориентированного перевода текстов, относящихся к различным видам основной профессиональной деятельности.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить **универсальную общепрофессиональную компетенции:**

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

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

## **Б1.О.05 КУЛЬТУРОЛОГИЯ**

### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Цель:** сформировать у студентов базовых знаний о культуре, ее развитии и функционировании в обществе, о конкретно-исторических и региональных типах культуры, перспективах ее развития, для достижения требуемых результатов в профессиональной сфере

#### **Задачи:**

- способствовать формированию целостного представления о культуре современности как глобальной проблеме, сущности, функциях и закономерностях развития культуры;
- познакомить с различными типами культуры, процессом их возникновения и развития, с доминирующими в той или иной культуре ценностями, значениями и смыслами;
- рассмотреть историю развития мировой культурологической мысли и основные проблемы современной культурологии;
- анализируется категориальный аппарат культурологического знания;
- осуществить обогащение духовного мира и повышение интеллектуальных возможностей бакалавров, стимулировать развитие их творческих способностей, пробуждение интереса к самостоятельному освоению наследия мировой и отечественной культуры;
- воспитать стремление беречь и сохранять культурное наследие человечества;

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

«Культурология» относится к дисциплинам обязательной части образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Для успешного овладения знаниями, навыками и умениями при изучении «Культурологии» студенты должны иметь представления о мировой истории, обладать навыками абстрактно-образного мышления, уметь анализировать гуманитарные и социальные феномены.

Дисциплина «Культурология» взаимосвязана с учебной дисциплиной образовательной программы бакалавриата 42.03.01 Реклама и связи с общественностью «Историей» и изучается параллельно с ней.

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

#### **Знать:**

- основные категории и понятия культурологии;
- место культурологии в системе наук и их основных отраслях;
- значимые функции культурологии,
- особенности современных тенденций культурологической науки;
- основные культурологические школы и направления;
- специфические особенности и закономерности развития исторических и региональных типов культур, механизмы сохранения и передачи культурных ценностей;

#### **Уметь:**

- формулировать основные законы и тезисы научной культурологии в рамках, определенных государственным стандартом и рабочей программой курса;

- формировать и аргументировано отстаивать собственную позицию по различным проблемам культурологии;
- определять основные направления и стили художественной культуры;
- использовать полученные культурологические знания в своей профессиональной деятельности.

Владеть:

- методами культурологического исследования;
- необходимыми умениями и навыками использования и охраны мирового культурного наследия.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить:

**универсальную компетенцию УК-5:** способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

и **общепрофессиональную компетенцию ОПК-3:** способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

## **Б1.О.06 ПСИХОЛОГИЯ**

### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Цель:** сформировать у студентов представление о роли психологических компонентов когнитивного, эмоционального и поведенческого воздействия для достижения требуемых результатов в профессиональной сфере.

**Задачи:**

- изучить основные психические процессы, свойства и состояния;
- познакомить с основными функциями человеческой психики и закономерностями функционирования центральной нервной системы;
- проанализировать роль психологических факторов в формировании образа мира;
- способствовать формированию знаний об основных средствах подачи информации, о психологии текста, цвета, света и формы;
- научить прогнозировать возможные психологические последствия организационной коммуникации;
- расширить круг представлений бакалавров об управлении и организации работы фирм и организаций.

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

Дисциплина Б1.О.06 «Психология» относится к обязательным дисциплинам базовой части основной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Изучается во 2 семестре после освоения таких дисциплин, как Философия, Культурология

Для успешного овладения знаниями, навыками и умениями при изучении «Психологии» студенты должны иметь представления о физиологии человека и структуре социального взаимодействия, обладать навыками абстрактно-образного мышления, уметь анализировать гуманитарные и социальные феномены.

Учебная дисциплина Б1.О.06 «Психология» взаимосвязана с другими учебными дисциплинами основной образовательной программы бакалавриата 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, такими как: Социология, Организационное поведение, Культура речи и деловое общение, Основы самоменеджмента, Основы теории коммуникации, изучению которых она предшествует в качестве теоретической основы для познания и понимания закономерностей поведения, общения и деятельности индивидов, включенных в профессиональные группы.

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

**Знать:**

- основные категории и понятия психологической науки;
- место психологии в системе наук и их основных отраслях

- значимые функции психики,
- особенности современных тенденций психологической науки;
- исследования, посвященные роли сознания и бессознательного в регуляции поведения;
- основы мотивации и психической регуляции поведения и деятельности.

**Уметь:**

- формулировать основные законы и тезисы научной психологии в рамках, определенных государственным стандартом и рабочей программой курса;
- формировать и аргументированно отстаивать собственную позицию по различным проблемам психологии;
- использовать представления о психологических особенностях человека как факторах успешности его деятельности.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить **универсальные компетенции:**

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

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

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

## **Б1.О.07. ИНФОРМАТИКА**

### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Цель:** целью изучения дисциплины является формирование у студента комплекса знаний, умений и навыков, необходимых для повышения эффективности профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью средствами современных информационных технологий.

#### **Задачи:**

- ознакомить студентов с основами современных информационных технологий, тенденциями их развития;
- сформировать у студентов представление о методах использования информационных технологий в экономике;
- обучить студентов применению информационных технологий электронного офиса, сервисов интернет для решения функциональных задач;
- привить студентам потребность постоянного повышения своих знаний и умений в области информационных технологий.

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

Дисциплина Б1.О.07 «Информатика» относится к обязательной части программы и изучается в первом и втором семестре. Освоение дисциплины Б1.О.07 «Информатика» опирается на знания и умения, приобретенные студентами при изучении школьного курса «Информатика». Изучение дисциплины Б1.О.07 «Информатика» необходимо для успешного освоения всех дисциплин учебного плана.

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

#### **Знать:**

- понятие термина «информация»;
- методы сбора, передачи, организации хранения в памяти компьютера и обработки информации;
- архитектуру и основные компоненты персонального компьютера;
- системное и прикладное программное обеспечение персонального компьютера.

**Уметь:** применять технические и программные средства реализации информационных процессов:

- использовать локальные и глобальные сети ЭВМ;
- осуществлять грамотный поиск информации в сети Интернет;
- применять на практике современные виды информационных технологий, офисное сетевое оборудование и персональные средства в сервисной деятельности;
- уверенно работать в качестве пользователя персонального компьютера;
- самостоятельно использовать внешние носители информации для обмена данными между компьютерами.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить:

**обобщенную трудовую функцию:** разработка рекламного и PR-продукта.

**трудовые функции:**

- тактическое планирование мероприятий в рамках разработки рекламного и PR-продукта;
- определение, описание и анализ коммуникационной среды для реализации рекламного и PR-продукта;
- планирование и организация продвижения рекламного и PR-продукта.

**трудовые действия:**

- разработку рекламного продукта для печатных и электронных СМИ;
- принципы и методы создания вербальных и невербальных составляющих рекламного сообщения;

**общепрофессиональную компетенцию**

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

## **Б1.О.08 ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ**

### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Целью** освоения дисциплины «Организационное поведение» является приобретение обучающимися знаний, умений и навыков, необходимых специалистам предприятий и учреждений информационно-деловой сферы для формирования и поддержания социально-психологической трудовой среды, благоприятной для реализации основных функций, вытекающих из целей организации и производственных задач структурных подразделений.

#### **Задачи:**

- уметь ориентироваться в особенностях формальной и неформальной структуры организации;
- профессионально участвовать в формировании гуманистически ориентированной организационной культуры;
- владеть навыками выстраивания эффективных коммуникаций с учетом производственных особенностей компании;
- способствовать разрешению внутриорганизационных конфликтов;
- осознавать целостную совокупность причин поведения людей на рабочем месте;
- понимать механизмы взаимосвязи поведения сотрудников и эффективности организации.

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

Дисциплина Б1.О.08 «Организационное поведение» относится к обязательным дисциплинам основной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Изучается во 2 семестре после освоения таких дисциплин как Философия, Культурология, Психология.

Учебная дисциплина Б1.О.08 «Организационное поведение» взаимосвязана с другими образовательной программы бакалавриата 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, такими

как: Культура речи и деловое общение, Теория и практика рекламы, Этика делового общения, изучению которых она предшествует в качестве основы для понимания закономерностей поведения индивида и группы, общения и совместной деятельности членов профессиональной команды, включенных в сложное организационное взаимодействие

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

#### **Знать:**

- теоретические основы изучения организационного поведения,
- ведущие психологические и социологические концепции, применяемые при исследовании поведения людей;
- иметь четкие представления об объекте и предмете дисциплины «Организационное поведение», теоретических и практических проблемах современной парадигмы управления;
- основные теоретические модели организационного поведения, теории лидерства и регуляторы организационного поведения, систему понятий организационного поведения;
- закономерности групповой динамики;
- методы диагностики организационного поведения, основные модели и способы диагностики организационной культуры;
- основные направления изменений бизнес-организаций; источники научной информации по организационному поведению;
- корпоративные коммуникационные каналы и средства передачи информации, способы информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций

#### **Уметь:**

- пользоваться специальной литературой с целью практического применения содержащихся в ней знаний для разрешения проблемных социально-психологических ситуаций, возникающих в процессе работы организаций и их структурных единиц, при выстраивании связей с общественностью;
- диагностировать характер причин организационных конфликтов;
- анализировать состояние коммуникаций в организации и межгрупповых взаимодействий;
- применять знания в области организационного поведения для анализа поведения работников в конкретных организационных ситуациях;
- использовать знания в области организационного поведения для решения актуальных проблем управления персоналом с учетом этических требований и соблюдения моральных норм.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить:

**обобщенную трудовую функцию:** выполнение работ по конструированию эффективных коммуникационных сетей, по сопровождению деловых встреч, переговорных процессов, созданию бесконфликтной организационной среды

#### **трудовые функции:**

- выявление необходимых компонентов организационных сетей для коммуницирования;
- обучение сотрудников основам бесконфликтного общения, в том числе, в современной информационной среде;

#### **трудовые действия:**

- подготовка и проведение деловых встреч, переговоров;
- организация обучения сотрудников правилам ведения деловых бесед, телефонных переговоров с применением современных информационных технологий.

#### **универсальную компетенцию, общепрофессиональные компетенции:**

**УК-3:** способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде:

**ОПК-4:** способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности:

**ОПК-7:** способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности:

## **Б1.Б.09. БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Целью** учебной дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» является формирование профессиональной культуры безопасности, под которой понимается готовность и способность личности использовать в профессиональной деятельности приобретенную совокупность знаний, умений и навыков для обеспечения безопасности в сфере профессиональной деятельности, характера мышления и ценностных ориентаций, при которых вопросы безопасности рассматриваются в качестве приоритета.

**Задачи** изучения дисциплины:

- ознакомление с терминологией и понятиями дисциплины БЖД;
- получение знаний о комфортном (нормативном) состоянии среды обитания в зонах трудовой деятельности и отдыха человека;
- знакомство с мерами защиты человека и среды обитания от негативных воздействий с оценкой их технико-экономической эффективности и оказания необходимой доврачебной помощи;
- выработка алгоритма решений по защите производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий, а также мер по ликвидации последствий;
- получить навыки расчета индивидуальной оценки показателей здоровья человека.

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

Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» является дисциплиной Б1.О.09 обязательной части ОП; изучается на 2 курсе, 3 семестр студентами ОФО. Для успешного освоения дисциплины студент должен иметь базовую подготовку по «Безопасности жизнедеятельности» в объеме, предусмотренном учебным планом среднего учебного заведения. Дисциплина «Безопасности жизнедеятельности» формирует у студентов стремление к исследованию, понимание социальной ответственности и стремление к повышению квалификации, новаторское мышление, коммуникационные навыки необходимые для последующего освоения дисциплин ОП.

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

**В результате освоения дисциплины в целом, обучающийся должен**

- **знать:** основные природные и техносферные опасности, их свойства и характеристики, характер воздействия вредных и опасных факторов на человека и природную среду, методы защиты от них применительно к сфере своей профессиональной деятельности;
- **уметь:** идентифицировать основные опасности среды обитания человека, оценивать риск их реализации, выбирать методы защиты от опасностей применительно к сфере своей профессиональной деятельности и способы обеспечения комфортных условий жизнедеятельности;
- **владеть:** понятийно-терминологическим аппаратом в области безопасности; законодательными и правовыми основами в области безопасности и охраны окружающей среды, требованиями безопасности технических регламентов в сфере профессиональной деятельности; способами и технологиями защиты в чрезвычайных ситуациях; навыками рационализации профессиональной деятельности с целью обеспечения безопасности и защиты окружающей среды.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить:

**Универсальную компетенцию УК-8:** способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций

## **Б1.О.10 КОМПЬЮТЕРНАЯ ГРАФИКА**

### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Цель дисциплины** - изучение и практическое освоение методов и алгоритмов создания векторных изображений с целью дальнейшего использования их в профессиональной

деятельности при проектировании сайтов и создании профессиональных рисованных изображений, изучение возможностей компьютерной графики в рекламных текстах.

**Задачами учебной дисциплины** являются:

- Познакомить студентов с основными видами компьютерной графики.
- Научить создавать и редактировать векторные изображения
- Познакомить с основными возможностями растрового редактора Corel Draw

Познакомить студентов с основами создания рекламного текста, используя средства графического редактора.

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

Дисциплина Б1.О.10 «Компьютерная графика» входит в блок Б1 «Обязательная часть» учебного плана. Освоение дисциплины Б1.О.10 «Компьютерная графика» опирается на знания и умения, приобретенные студентами при изучении дисциплины Б1.О.07 «Информатика», Б1.В.07 «Теория и практика рекламы». Изучение дисциплины Б1.О.10 «Компьютерная графика» необходимо для успешного освоения следующих дисциплин учебного плана: Б1.О.16 «Web-дизайн», Б1.В.09 «Техника и технологии рекламных видео и фотографии», Б1.О.19 «Практикум по разработке Web-страниц», Б1.В.10 «Технологии разработки и производства рекламного и PR-продукта», Б1.В.08 «Рисунок с основами перспективы», Б3.О.01.01 «Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы».

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

### **Знать:**

- виды компьютерной графики;
- методы обработки графических изображений;
- основные приемы редактирования и создания графических изображений.
- Архетипы и системы визуального восприятия. Возможности применения архетипов в рекламе

### **Уметь:**

- создавать и редактировать векторные изображения в редакторе Corel Draw
- правильно применять цвет и шрифт как часть графики в рекламных текстах, использовать спецэффекты.

### **Освоить:**

- методы и технологии создания рисованных изображений
- методы анализа рекламного текста на основе архетипов К.Г. Юнга

**обобщенную трудовую функцию:** разработка рекламного и PR-продукта.

**трудовые функции:** тактическое планирование мероприятий в рамках разработки рекламного и PR-продукта, определение, описание и анализ коммуникационной среды для реализации рекламного и PR-продукта, планирование и организация продвижения рекламного и PR-продукта.

**трудовые действия:** разработку рекламного продукта для печатных и электронных СМИ; технологии разработки визуального ряда рекламного обращения для основных медианосителей.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить **профессиональные компетенции:**

- Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем (ОПК-1);
- Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3).

## **Б1.О.11 ОСНОВЫ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ (РЕКЛАМЫ И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ)**

### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

Цель освоения дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)» - изучить теоретические и практические аспекты комплекса коммуникативных технологий, направленных на достижение позитивного отношения к организации и продукту (услуге) и повышению спроса, которые включают рекламу и связи с общественностью.

**Поставленная цель конкретизируется посредством следующих задач:**

- изучения системы интегрированных коммуникативных технологий и взаимосвязи рекламы, связей с общественностью;
- формирования целостного представления о коммуникативных технологиях, используемых в рекламе, связях с общественностью;
- освоения знаний для формирования и планирования оптимального набора коммуникативных технологий, с целью достижения позитивного отношения к организации и продукту (услуге) и повышению спроса;
- изучение алгоритмов воздействия на состояние общественного мнения; освоение технологий завоевания доверия общественности к организации, создания ее позитивной известности, обеспечения взаимопонимания между организацией и ее общественностью.
- 👉 ознакомление с инструментарием рекламы и PR;
- 👉 формирование знаний, умений и навыков планирования и проведения рекламных и PR – кампаний.

**2. Место дисциплины в структуре программы**

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и относится к базовой (общепрофессиональной) части. Осваивается на 2 курсе, в 3 и 4 семестрах. Курс "Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)" относится к числу основных дисциплин в подготовке бакалавра. Для его изучения необходимы базовые знания, полученные, в ходе обучения по гуманитарным специальностям по направлениям "Социология", "Маркетинг", "Реклама и связи с общественностью". На курс "Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)" могут в той или иной степени опираться различные дисциплины социально-гуманитарной направленности, а также курсы, ориентированные на изучение практических аспектов в области связей с общественностью и рекламным технологиям или конкретных наук по соответствующему профилю в подготовке бакалавра.

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

**знать:**

- сущность и специфику основных элементов комплекса маркетинговых коммуникаций;
- виды и средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде;
- принципы построения интегрированных коммуникаций;
- правовые и этические основы рекламы и связей с общественностью;
- принципы организации работы отделов интегрированных коммуникаций;

**уметь:**

- выявлять закономерности и тенденции развития процесса маркетинговых коммуникаций в современных условиях рыночной экономики;
- проводить комплексный и ситуационный анализ конкурентной среды организации;
- творчески использовать коммуникационные инструменты в решении поставленной задачи;
- выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ.
- грамотно оценивать эффективность коммуникационных кампаний;

**владеть:**

- навыками экспертной оценки и стратегического планирования;
- прикладными методами и методиками анализа информации;
- навыками разработки рекламной кампании и PR-акции;
- традиционными и современными коммуникативными технологиями;
- навыками работы с рекламными и PR-текстами;

- навыками поддержания связей и отношений с рекламными агентствами и службами;

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить:

**обобщенную трудовую функцию:** выполнение работ по конструированию эффективных коммуникационных сетей, по сопровождению деловых встреч, переговорных процессов, созданию бесконфликтной организационной среды

**трудовые функции:**

- выявление необходимых компонентов организационных сетей для коммуницирования;
- обучение сотрудников основам бесконфликтного общения, в том числе, в современной информационной среде;

**трудовые действия:**

- подготовка и проведение деловых встреч, переговоров;
- организация обучения сотрудников правилам ведения деловых бесед, телефонных переговоров с применением современных информационных технологий.

**общепрофессиональные компетенции:**

- Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2);
- Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5);

## **Б1.О.12. УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ**

### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Цель:**

- образовательная - дать студентам целостное представление о системе управления персоналом; ознакомить с основными принципами, методами и технологией управления персоналом;
- практическая – привить умения и навыки по управлению персоналом, способствующие развитию системного и комплексного логического мышления в ходе решения деловых ситуационных задач по тематике курса.

**Задачи:**

- изучение теоретических основ управления персоналом организации;
- уяснение основных методов работы с персоналом;
- освоение методов исследования состояния трудовых ресурсов, способов интерпретации информации о персонале организации и подходов к обеспечению развития кадрового потенциала;
- умение использовать результаты практической работы по планированию численности персонала, формированию кадровой политики и стратегии управления персоналом организации;
- освоение технологий управления персоналом и применений их в практической деятельности;
- приобретение навыков обоснования экономической и социальной эффективности управления персоналом.

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

Дисциплина относится Б1.О12 «Управление персоналом организации» относится к обязательным дисциплинам образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Изучается в 7 семестре студентами ОФО и в 8 семестре студентами ЗФО после освоения таких дисциплин как «Конфликтология» и «Введение в профессию». Параллельно с ней или ранее должна изучаться дисциплина «Основы документального обеспечения управления».

Изучение дисциплины «Управление персоналом организации» необходимо для успешного прохождения преддипломной практики студентами.

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

#### **Знать:**

- роль и место управления персоналом в общеорганизационном управлении и его связь со стратегическими задачами организации;
- причины многовариантности практики управления персоналом в современных условиях;
- роли, функции и задачи менеджера по управлению персоналом в современной организации;
- бизнес-процессы в сфере управления персоналом и роль в них линейных менеджеров и специалистов по управлению персоналом.

#### **Уметь:**

- оценивать риски, эффективность принимаемых решений в управлении персоналом;
- организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач по управлению персоналом;
- анализировать коммуникационные процессы в организации в подсистеме управления персоналом и разрабатывать предложения по повышению их эффективности;
- определять эффективные пути удовлетворения потребности организации в персонале;
- разрабатывать мероприятия по привлечению и отбору новых сотрудников и осуществлять программы по их адаптации; разрабатывать и реализовывать программы профессионального развития персонала, обучения сотрудников и оценивать их эффективность; использовать различные методы оценки и аттестации сотрудников и участвовать в их реализации;
- совершенствовать мероприятия по мотивации и стимулированию персонала организации;
- принимать участие в разработке инвестиционных проектов, направленных на совершенствование системы и технологий управления персоналом, проводить их оценку.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить **профессиональную компетенцию**

**ПК-1:** способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.

## **Б1.О.13 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА**

### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Целью** дисциплины «Основы маркетинга» является формирование у студентов комплекса знаний и практических навыков в области маркетинговой деятельности, методов проведения маркетинговых исследований, изучения основных инструментов маркетинга, применяемых на многочисленных рынках потребительского назначения, промышленных товаров и на рынках услуг.

**Задачами** дисциплины «Основы маркетинга» являются:

изучение с основных положений теории маркетинга

- ~ изучение приемов и методов функционального маркетинга,
- ~ изучение методов сбора и анализа маркетинговой информации,
- ~ подготовка студентов к работе в условиях реального маркетинга.
- ~ изучение деятельности предприятия, действующего на принципах маркетинга с учетом

внешней и внутренней среды;

- ~ получение навыков в разработке и реализации стратегии и тактики целевого маркетинга;
- ~ овладение навыками использования маркетингового инструментария.

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

Дисциплина Б1.О.13 «Основы маркетинга» относится к обязательным дисциплинам учебного плана и изучается на 2 курсе в 4 семестре обучающимися очной формы обучения; на 3 курсе в 6 семестре обучающимися заочной формы обучения.

Дисциплина базируется на знаниях, полученных при изучении дисциплин «Основы менеджмента», «Управление PR-проектами», «Введение в профессию», изучение данной дисциплины необходимо для дальнейшего изучения дисциплин «Язык современной рекламы».

Изучение дисциплины «Основы маркетинга» необходимо для успешного прохождения производственной преддипломной практики и для прохождения ГИА.

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

В результате изучения учебной дисциплины «Маркетинг» студент должен: **знать:**

- теории, концепции и инструменты стратегического и оперативного маркетинга;
- методы и модели изучения промышленных рынков и проектирования маркетинговых стратегий;
  - особенности организации маркетинга на предприятии;
  - принципы маркетингового ценообразования;
  - технологию сбыта товаров;
  - методы формирования каналов товародвижения;
  - способы продвижения товаров и другие инструменты воздействия на поведение потребителей;
  - положения планирования маркетинга и контроль маркетинговых мероприятий.

**уметь:**

- исследовать и анализировать рынки и проектировать маркетинговые стратегии, способные повысить конкурентоспособность компании и её привлекательность для потребителей;
- проектировать инструменты маркетинга;
- ориентироваться на рынке маркетинговой информации;
- выявлять и удовлетворять требования потребителей товара (услуги);
- оценивать рыночную ситуацию.

**владеть:**

- понятийным аппаратом маркетинга, его инструментального обеспечения и маркетингового стратегического планирования;
- практическими приемами исследования рынков и проектирования маркетинговых ситуаций;
- инструментарием маркетинговых исследований товаров и услуг.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить:

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

и **Общепрофессиональную компетенцию ОПК-4:** способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

## **Б1.О.14. ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ**

### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Цель:**

Целью дисциплины является формирование систематизированных знаний в области физической культуры и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей профессиональной деятельности.

**Задачи:**

- формирование мотивов, необходимых для физического совершенствования и самосовершенствования;

- создание у студентов системного комплекса знаний теоретических основ и практических навыков для реализации их потребностей в двигательной активности с творческим освоением ценностей физической культуры;
- обеспечение разносторонней физической подготовленности;
- повышение умственной работоспособности средствами физической культуры и спорта;
- формирование навыков и потребностей в здоровом образе жизни; снижение заболеваемости;
- приобретение опыта творческого использования физкультурно-спортивной деятельности для достижения жизненных и профессиональных целей.

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

Дисциплина Б1О.14 «Физическая культура и спорт» входит в раздел учебного плана подготовки студентов всех форм обучения направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Дисциплина относится к обязательной части блока Б1. структуры ОП и является обязательной для изучения. Дисциплина направлена на формирование физической культуры личности студента, подготовку к социально-профессиональной деятельности, сохранение и укрепление здоровья. Изучается в 1 семестре 1 курса образовательной программы.

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

**Знать:** роль и значение занятий физическими упражнениями на формирование здорового образа жизни, формы организации занятий, способы контроля и оценки их эффективности, основные правила выполнения двигательных действий и развития физических качеств, гигиенические требования и правила техники безопасности во время самостоятельных занятий физическими упражнениями, основную направленность и содержание оздоровительных систем физического воспитания и спортивной подготовки

**Уметь:** составлять и выполнять упражнения утренней гигиенической гимнастики, выполнять общеразвивающие упражнения, соблюдать безопасность при выполнении физических упражнений, осуществлять сотрудничество в коллективных формах занятий физической культурой.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить **универсальную компетенцию**

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

## **Б1.О.15. КОНФЛИКТОЛОГИЯ**

### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Цель:** формирование студентами компетентности, которая позволит детально анализировать конфликтные ситуации во всех сферах менеджмента, творчески решать задачи по управлению конфликтами различных уровней, выполнять функции медиатора в переговорном процессе по разрешению конфликтов.

### **Задачи:**

- Познавательно-теоретические: умение развить в конфликте конструктивный потенциал.;
- Утилитарно-практические: помочь разобраться людям понять, что делать с конфликтами;
- PR – цель — установление двустороннего общения для выявления общих представлений или общих интересов и достижение взаимопонимания, основанного на правде, знании и полной информированности во избежание конфликтов.

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

Дисциплина Б1.О.15 «Конфликтология» относится к обязательной части образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Для прохождения конфликтологии необходимо изучить дисциплины «Психология» и «Социология». Компетенции по конфликтологии необходимо при прохождении следующих дисциплин: «Массовые коммуникации и медиапланирование», «Теория и практика связей с

общественностью», «Основы маркетинга», а также при прохождении учебной и производственной практик.

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

#### **Знать:**

- современные практические приемы разрешения конфликтов;
- техники управления конфликтными ситуациями;
- скрытые и явные причины конфликтов в деловых и личных отношениях;
- способы эффективного противостояния и разрешения конфликтов.

#### **Уметь:**

- определять точные причины конфликта, а также цели, мотивы и интересы конфликтующих сторон;
- просчитывать очевидные и скрытые последствия конфликта, а также варианты влияния и давления на конфликтующие стороны;
- выполнять функции посредника между конфликтующими сторонами;
- использовать точные приемы психологической самозащиты и воздействия на противостоящую сторону;
- общаться в условиях острого противоборства и экстремальных условиях.

#### **Владеть:**

- навыками диагностики и управления конфликтами и стрессами.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить:

#### **Универсальную компетенцию**

**УК-3:** способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;

#### **Общепрофессиональную компетенцию:**

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

## **Б1.О.16. WEB-ДИЗАЙН**

### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Цель дисциплины** - изучение WEB-стандартов, освоение основных этапов проектирования WEB-сайтов, изучение основ языка гипертекстовой разметки документа HTML, и языка блочной верстки CSS.

#### **Задачами учебной дисциплины являются:**

- изучить основные понятия, соответствующие термины и их определения о Web-пространстве;
- дать глубокое понимание принципов организации информации на Web-страницах;
- изучить основные теги HTML, теги физического и логического форматирования;
- ознакомить студентов с принципами создания блочной верстки Web-страницы;

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

Дисциплина Б1.О.16 «Компьютерная графика» входит в блок Б1 «Обязательная часть» учебного плана. Освоение дисциплины Б1.О.16 «Компьютерная графика» опирается на знания и умения, приобретенные студентами при изучении дисциплины: Б1.О.07 «Информатика», Б1.О.04 «Иностранный язык», Б1.О.10 «Компьютерная графика», Б1.В.09 «Техника и технологии рекламных видео и фотографии». Приобретенные знания, умения и навыки по дисциплине Б1.О.16 «Web-дизайн» необходимы для успешного освоения следующих дисциплин учебного плана: Б1.О.19 «Практикум по разработке Web-страниц».

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

#### **Знать:**

- Основные понятия, соответствующие термины и их определения о Web-пространстве
- Основные теги HTML, теги физического и логического форматирования
- Структуру HTML-документа
- Внешние и внутренние гиперссылки
- Принцип разметки таблиц в HTML
- Основные понятия CSS
- Принцип построения списков
- Псевдостили гиперссылок

**Уметь:**

- Создавать Web-страницы с использованием языка разметки HTML, каскадных таблиц стилей CSS
- Устанавливать взаимосвязь страниц сайта для создания единого информационного пространства с помощью специализированных программных средств

**Освоить:**

- методы и технологии размещения информации на web-странице.

**обобщенную трудовую функцию:** разработка рекламного и PR-продукта.

**трудовые функции:** тактическое планирование мероприятий в рамках разработки рекламного и PR-продукта, определение, описание и анализ коммуникационной среды для реализации рекламного и PR-продукта, планирование и организация продвижения рекламного и PR-продукта.

**трудовые действия:** разработку рекламного продукта для печатных и электронных СМИ; технологии разработки визуального ряда рекламного обращения для основных медианосителей.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить **общепрофессиональные компетенции:**

- Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3).
- Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии (ОПК-6).

## **Б1.О.17. ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ PR**

### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Цель** дисциплины «Правовые основы PR» - формирование у студентов правовых знаний в сфере PR, необходимых для успешной профессиональной деятельности на основе развитого правосознания, правового мышления и правовой культуры с целью подготовки специалиста в области рекламы и связи с общественностью.

«Правовые основы PR» – комплексная учебная дисциплина, синтезирующая в своем содержании такие юридические науки, как теория государства и права, конституционное право, административное право, гражданское право, трудовое право, финансовое право и формирует у студентов юридический аппарат знаний, умений и навыков, необходимый и достаточный для последующего освоения дисциплин ОП.

### **Задачи:**

- усвоить теоретических положений науки права и сформировать целостное представление единой системы российского права;
- знать и уметь анализировать действующее законодательство в целом, а также положения его отдельных отраслей и институтов;
- определить общие принципы правового регулирования в области PR;
- знать систему юридических актов по правовому обеспечению связей с общественностью;

- выработать умение самостоятельно мыслить, излагать собственную позицию, аргументировать ее правовой терминологией и ссылками на нормативные акты;
- приобрести навыки практического применения полученных знаний в области правового регулирования финансовой деятельности.

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

**Дисциплина Б1.0.17 «Правовые основы PR»** относится к дисциплинам профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью выступает теоретическим и методологическим основанием для всех юридических дисциплин, благодаря которому формируется научное мировоззрение и методология исследования коммуникативных и правовых процессов. Дисциплина «Правовые основы PR» определяет правовую сферу, расширяет кругозор, вырабатывает аналитические навыки, необходимые при решении практических задач.

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

#### **Знать:**

- правовые системы современности,
- национальную систему права России,
- источники права Российской Федерации,
- теоретические положения, базовые установки и основные понятия, обеспечивающие правовое регулирование связей с общественностью;
- общие категории и понятия права, а также специальную терминологию, применяемую в юриспруденции;
- общие правовые принципы профессиональной деятельности в PR.

#### **Уметь:**

- использовать нормативные правовые документы в своей профессиональной деятельности;
- использовать навыки участия в консультативной деятельности, организации кампаний в области PR;
- грамотно оценивать деятельность в сфере связей с общественностью в правовом отношении;
- применять нормативные правовые акты к конкретным практическим ситуациям;
- выражать и обосновывать собственную правовую позицию.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить:

#### **Универсальную компетенцию**

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

## **Б1.0.18. ВВЕДЕНИЕ В ПРОФЕССИЮ**

### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Цель дисциплины** - освоение студентами системы научно- практических знаний, умений и компетенций в области рекламы и связей с общественностью и реализация их в своей профессиональной деятельности.

**Задачами учебной дисциплины «Введение в профессию»** являются:

1. Формирование у студентов начальных знаний и базовых представлений, которые помогли бы им на протяжении всего курса обучения ориентироваться в области профессиональной деятельности «Реклама и связи с общественностью».
2. Развитие интереса к будущей профессии.
3. Получение системного представления об истории рекламы и PR, основных персоналиях, организациях, кампаниях, сыгравших выдающуюся роль в становлении этой области профессиональной деятельности.
4. Получение системного представления о современном состоянии отрасли «Реклама и связи с общественностью»: основных специальностях, технологиях, организационной структуре,

направлениях и объемах деятельности, роли новых медиа в современной практике PR и рекламы.

5. Формирование базовых представлений об этике профессиональной деятельности в данной отрасли.

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

Дисциплина Б1.О.18 «Введение в профессию» относится к обязательной части блока Б.1 и изучается на 1 курсе в 1 семестре обучающимися очной формы обучения.

Дисциплина базируется на знаниях, полученных при изучении дисциплин, изучаемых в общеобразовательной школе, в частности "Обществознание", "История".

Изучение дисциплины «Введение в профессию» является предшествующей для изучения дисциплин «ТПМИ», «ТПР» и для прохождения всех видов практик.

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

### **Знать:**

- цели и задачи профессиональной деятельности;
- ключевые понятия;
- базовые технологии;
- основные сведения по истории рекламы и PR;
- особенности современного этапа развития этой области профессиональной деятельности.

### **Уметь:**

- выделять рекламные и PR-материалы в общем информационном потоке;
- анализировать рекламные и PR-кампании на предмет их соответствия основным этическим нормам рекламной и PR-деятельности;
- определять соответствие аудитории и канала коммуникации.

### **Освоить:**

**обобщенную трудовую функцию:** разработка коммуникационной стратегии.

**трудовые функции:** тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии, определение, описание и анализ коммуникационной среды для реализации стратегии коммуникаций, планирование и организация системы коммуникации в организации.

**трудовые действия:** качественный и количественный анализ публичной информации (включая анализ информационного поля); анализ миссии объекта коммуникации, актуальных бизнес-целей; анализ реализованных ранее и реализуемой в настоящее время корпоративной стратегии (либо подчиненных ей стратегии бизнес-направления, продаж, маркетинга, проч.); анализ целевых аудиторий (стейкхолдеров); анализ действий конкурентов (бенчмаркинг); подготовка аналитического отчета с выводами о коммуникационных угрозах, слабых сторонах, преимуществах и возможностях во взаимодействии с целевыми аудиториями объекта коммуникации.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить

### **общепрофессиональные компетенции:**

- ОПК-4 - способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;
- ОПК-5 - способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

## **Б1.О.19. ПРАКТИКУМ ПО РАЗРАБОТКЕ WEB-СТРАНИЦ**

### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Цель дисциплины** – повторение основных этапов проектирования WEB-сайтов, основ языка гипертекстовой разметки документа HTML, и языка блочной верстки CSS, создание сайтов

блочной структуры с использованием HTML, CSS.

**Задачами учебной дисциплины** являются:

- повторение основных понятий, соответствующих терминов и их определений о Web-пространстве;
- ознакомить студентов с принципами создания блочной верстки Web-страницы;
- научить студентов создавать статичные сайты, используя блочную верстку.

## 2. Место дисциплины в структуре программы

Дисциплина Б1.О.19 «Практикум по разработке Web-страниц» входит в блок Б1 «Обязательная часть» учебного плана. Освоение дисциплины Б1.О.19 «Практикум по разработке Web-страниц» опирается на знания и умения, приобретенные студентами при изучении дисциплины: Б1.О.07 «Информатика», Б1.О.04 «Иностранный язык», Б1.О.10 «Компьютерная графика», Б1.В.09 «Техника и технологии рекламных видео и фотографии», Б1.О.16 «Web-дизайн». Приобретенные знания, умения и навыки по дисциплине Б1.О.19 «Практикум по разработке Web-страниц» необходимы для успешного освоения следующих дисциплин учебного плана: Б1.В.10 «Технологии разработки и производства рекламного и PR-продукта», Б3.О.01.01 «Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы».

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:**

- Основные понятия, соответствующие термины и их определения о Web-пространстве
- Основные теги HTML, теги физического и логического форматирования
- Структуру HTML-документа
- Внешние и внутренние гиперссылки
- Принцип разметки таблиц в HTML
- Основные понятия CSS
- Принцип построения списков
- Псевдостили гиперссылок
- Принципы создания блочной верстки Web-страницы
- Атрибуты float и clear
- Позиционирование объектов Web-страницы
- Метод создания колонок одной высоты

**Уметь:**

- Создавать Web-страницы с использованием языка разметки HTML, каскадных таблиц стилей CSS
- Создавать структуру сайтов различного вида
- Выбирать хостинг
- Работать с хостингом
- Устанавливать взаимосвязь страниц сайта для создания единого информационного пространства с помощью специализированных программных средств

**Освоить:**

- методы и технологии создания сайтов блочной структуры.

**обобщенную трудовую функцию:** разработка рекламного и PR-продукта.

**трудоу функции:** тактическое планирование мероприятий в рамках разработки рекламного и PR-продукта, определение, описание и анализ коммуникационной среды для реализации рекламного и PR-продукта, планирование и организация продвижения рекламного и PR-продукта.

**трудоу действия:** разработку рекламного продукта для печатных и электронных СМИ; технологии разработки визуального ряда рекламного обращения для основных медианосителей.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить **профессиональные компетенции:**

- Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3).
- Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии (ОПК-6).
- Способен организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-2).
- Способен разрабатывать и реализовывать проекты в сфере рекламы и связей с общественностью (ПК-3).

## **Б1.О.20. СОЦИОЛОГИЯ**

### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Цель** дисциплины «Социология» - освоение особенностей социологического подхода к изучению общества и происходящих в нем изменений, формирование у студентов навыков социологического анализа социальных явлений и процессов современного общества.

#### **Задачи:**

- изучить особенности функционирования социальных институтов, обеспечивающих воспроизводство общественных отношений;
  - ознакомить студентов с основными этапами культурно-исторического развития обществ, механизмами и формами социальных изменений;
  - дать социологическое понимание личности, понятий социализация и социальный контроль; личности как субъекта социального действия и социальных взаимодействий;
  - сформировать представления о культурно-исторических типах социального неравенства и стратификации, горизонтальной и вертикальной социальной мобильности, основных проблем стратификации российского общества, возникновения классов, причины бедности и неравенства, взаимоотношений социальных групп, общностей, этносов;
- научить использовать методы социологического исследования при изучении социальных явлений и процессов.

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

**Дисциплина Б1.О.20 «Социология»** относится к дисциплинам профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Дисциплина «Социология» – приобщает студентов к историческому и современному социальному опыту, что является необходимым для понимания того, что кризисные, аномальные ситуации в жизни общества часто складываются не потому, что для этого имеются объективные и неизбежные причины, а потому, что выбор пути общественного развития осуществляется без опоры на общественное знание, на социологию в особенности, формирует у студентов аппарат знаний, умений и навыков, необходимый и достаточный для последующего освоения дисциплин ОП.

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

#### **Знать:**

- предмет социологии и его место в системе социально-гуманитарного знания;
- имена ученых представителей основных социологических школ и парадигм;
- методы социологической науки и основы социологического анализа, ее понятийно - категориальный аппарат и разбираться в основных современных теориях социологического знания;
- социальную структуру общества, основы социальной стратификации и социального неравенства;
- взаимосвязь социальных отношений с другими сферами и институтами общественной жизни: экономикой, политикой, философией, культурой и др.

#### **уметь:**

- анализировать происходящие в обществе социальные процессы и явления;
- обобщать, интерпретировать результаты социологических исследований;
- применять полученные социологические знания для решения конкретных жизненных проблем, в том числе возникающих в профессиональной деятельности;
- действовать в условиях формального и неформального общения, способствуя проявлению творчества, инициативы и социальной ответственности у окружающих;
- работать с научной литературой и другими источниками информации в заданном предметном поле,
- анализировать основные проблемы стратификации российского общества, возникновения классов, причины бедности и неравенства, взаимоотношений социальных групп, общностей и этносов;
- разрабатывать необходимый инструментарий для проведения социологического исследования и осуществлять контроль факторов в социальном эксперименте.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить:

### **Общепрофессиональную компетенцию**

**ОПК-7:** Способность учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

## **Б1.О.21. МИРОВЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ**

**1. Цель и задачи освоения дисциплины:** ознакомление студентов с основными понятиями мировых информационных ресурсов; обучение принципам и методам разработки, создания, распространения и использования информационных ресурсов. Изучение особенностей рынков информационных ресурсов, способов создания и распространения различного класса информационных ресурсов, методов их организации на современном этапе, вопросов организации процессов обработки данных, методов защиты информационных ресурсов, структуры информации и правила поиска в мировых информационных сетях, комплексная оценка информационных ресурсов.

### **Задачи:**

- приобретение студентами знаний о сущности информации и информационных ресурсов, об их значении в современном мире, о целях и задачах получения и использования информации;
- ознакомление с технологиями поиска, классификации, оценки и создания различных классов информационных ресурсов;
- приобретение практических навыков по поиску, анализу, разработке и созданию информационных ресурсов

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

Дисциплина относится Б1.О.21 «Мировые информационные ресурсы» относится к обязательным дисциплинам образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Изучается в 5 семестре студентами ОФО и в 9 семестре студентами ЗФО.

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

#### **Знать:**

- виды, особенности информационных ресурсов, методы их получения, хранения, передачи, обработки и использования при решении возникающих задач в процессе управления экономическим объектом;
- тенденции и перспективы развития информационных рынков;
- проблемы и способы обеспечения безопасности и сохранности информационных ресурсов;
- состояние существующего рынка ИР.

#### **Уметь:**

- анализировать бизнес-процессы предметной области и устанавливать структурные взаимосвязи между компонентами информационного пространства;

- классифицировать существующие информационные ресурсы;
- ориентироваться на информационных рынках;
- определять направления использования и принципы (тенденции) развития МИР;
- использовать МИР в процессе решения возникающих в практической деятельности задач.

#### **Владеть:**

- способами ориентации в профессиональных источниках информации (журналы, сайты, интернет-порталы и т.д.);
- способами оценки безопасности информационных систем;
- различными средствами коммуникации в профессиональной деятельности;
- способами совершенствования профессиональных знаний и умений путем использования возможностей информационной среды учреждения, региона, области, страны.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить

#### **общепрофессиональные компетенции**

**ОПК-1:** Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем;

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

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

## **Б1.О.22. МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ И МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ**

### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Цель** дисциплины - сформировать у будущих бакалавров теоретических и практических знаний о массовых коммуникациях и навыков по планированию рекламы в СМИ

#### **Задачи:**

- изучение основных понятий массовой коммуникации, рекламного подхода и его информационной базы; исследование зависимости в рекламном планировании;
- получение будущими специалистами навыков составления медиаплана, оценки его эффективности, проведение медиапланирования с использованием компьютерной базы данных.
- понимать специфику медиаконтактов и медиапланирования в России;
- уметь использовать полученные знания в своей профессиональной деятельности.

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

Дисциплина Б1.О.22. «Массовые коммуникации и медиапланирование» относится к дисциплинам образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и логически взаимосвязана с другими дисциплинами: «Основы маркетинга», «Основы менеджмента».

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

В результате изучения курса студент должен:

#### **Знать:**

- сущность массовой коммуникации
- субъекты массовой коммуникационной деятельности
- основы законодательной защиты общества от информационного воздействия
- суть медиапланирования;
- цели и задачи медиапланирования;
- оперативное и тактическое медиапланирование;
- исходные данные для медиапланирования;
- этапы медиапланирования;

- основные медиахарактеристики.

**Уметь:**

- определить сущность различных коммуникативных ситуаций
- составить медиабриф;
- выбрать СМИ для размещения рекламы;
- определить частоту контактов;
- временные рамки рекламной кампании;
- оформить основные документы медиапланирования.

**Владеть:**

- разнообразными процессами социального взаимодействия и передачи смысла
- основными решениями в области медиапланирования;
- проблемой охвата аудитории;
- медиапараметрами оценки эффективности медиаплана.

В результате освоения дисциплины «Массовые коммуникации и медиапланирование» обучающийся должен освоить **следующие компетенции:**

**ОПК-1** - способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем;

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

**ПК-4** - способен участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий

## **Б1.О.23 ЯЗЫК СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЫ**

### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Цель дисциплины:** формирование у студентов целостного представления о системе языковых и стилистических приемов, позволяющих создать качественный рекламный текст; повышение уровня практического владения современным русским литературным языком в сферах рекламы и PR-деятельности; выработка необходимых умений для создания рекламного продукта.

**Задачи:**

- знакомство с основными стилевыми чертами рекламного функционального стиля;
- анализ разноуровневых языковых ресурсов, используемых в рекламе;
- рассмотрение языковых и стилистических приемов, применяемых на разных этапах психологического воздействия рекламного сообщения;
- знакомство с языковыми особенностями рекламных слоганов, заголовков, словесных товарных знаков;
- совершенствование речевых умений и навыков обучающихся;
- адаптация речевых умений и навыков обучающихся к требованиям сфер рекламы и PR-коммуникации;
- формирование навыков составления рекламных текстов и текстов PR-коммуникации в соответствии с целью и задачами общения, характером адресанта и адресата, ситуацией общения;
- формирование навыков составления рекламных текстов и текстов PR-коммуникации различных жанров;
- формирование навыков анализа, оценки и исправления рекламных текстов.

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

Дисциплина относится к обязательным дисциплинам основной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Изучается

в 7 семестре после освоения таких дисциплин как Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью, Технологии разработки и производства рекламного и PR-продукта, Рисунок с основами перспективы.

Учебная дисциплина Б1.О.23 «Язык современной рекламы» взаимосвязана с другими дисциплинами образовательной программы бакалавриата 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, такими как: Техника и технологии рекламных видео и фотографии, Управление PR-проектами, Корпоративный PR, Web-дизайн, Правовые основы PR, изучение которых предшествует в качестве основы для понимания основных принципов в разработке рекламного и PR-продукта

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

#### **знать:**

- определения и характерны черты текста, рекламы, рекламного текста;
- психофизиологические факторы восприятия текста;
- виды, жанры, цели и задачи рекламы;
- структуру рекламного текста;
- фонетические, лексические, морфологические, синтаксические, стилистические средства оформления рекламного текста;

#### **уметь:**

- подбирать языковые и речевые средства современного русского литературного языка с учётом специфики целевой аудитории рекламы;
- подбирать языковые и речевые средства современного русского литературного языка с учётом специфики канала СМИ;
- применять приёмы усиления речевого воздействия при создании рекламных текстов;
- анализировать, оценивать и корректировать рекламные тексты;
- применять нормы современного русского литературного языка для решения задач профессионального и межличностного общения;

#### **владеть:**

- различными средствами осуществления деловой коммуникации на русском языке в устной и письменной форме;
- навыками создания медиа- и других коммуникативных продуктов на русском языке;

#### **освоить:**

**обобщенную трудовую функцию:** создание рекламного и PR-продукта.

**трудовые функции:** участие в подготовке и проведении брифингов, пресс-конференций, других мероприятий и акций информационно-рекламного характера; разработка информационно-рекламных материалов; участие в подготовке заданий для социологических исследований и составлении итоговых отчетов по результатам проведения мероприятий информационно-рекламного характера.

**трудовые действия:** обеспечение комплексного информационного и организационного сопровождения брифингов, пресс-конференций, других мероприятий и акций информационно-рекламного характера; подготовка пресс-релизов и других информационных материалов для представителей средств массовой информации; проведение мониторинга электронных и печатных средств массовой информации; разработка информационно-рекламных материалов, подготовка текстов для корпоративного издания, официального WEB-ресурса организации.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить **профессиональные компетенции:**

#### **универсальные /общепрофессиональные компетенции:**

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

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

## **Б1. В. ЧАСТЬ, ФОРМИРУЕМАЯ УЧАСТНИКАМИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ**

### **Б1.В.01 ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

#### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Цель дисциплины** - изучение алгоритмов воздействия на состояние общественного мнения; освоение технологий завоевания доверия общественности к организации, создания ее позитивной известности, обеспечения взаимопонимания между организацией и ее общественностью, создания положительного репутационного имиджа компании в общественном мнении.

**Задачами учебной дисциплины** являются:

- изучение PR как одной из функций менеджмента и как элемента комплекса маркетинговых коммуникаций;
- анализ PR как сферы бизнеса;
- ознакомление с инструментарием PR;
- формирование знаний, умений и навыков планирования и проведения PR - кампаний;
- исследование специфики PR в различных предметных областях.

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

Дисциплина относится к части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений. Курс логически взаимосвязан с содержанием таких дисциплин, как «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Связи с общественностью через СМИ», «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связи с общественностью).

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

**знать:**

- сущность, функции и значение PR;
- роль и место PR в системе менеджмента и маркетинга;
- технологии планирования и проведения PR - кампаний;
- методы и средства PR;
- специфику PR;
- в финансовой сфере;
- в правительстве и политике;
- в коммерции и промышленности;
- PR-деятельность в кризисной ситуации.

**уметь:**

- выбирать между созданием в организации собственной службы PR и привлечением внешних консультантов;
- разрабатывать PR - программу решения проблемы или выхода из кризисной ситуации;
- подготавливать и проводить пресс-конференцию, презентацию;
- формулировать требования по разработке фирменного стиля, в том числе логотипа;
- готовиться к участию и участвовать в выставках.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить:

**обобщенную трудовую функцию:** выполнение работ по конструированию эффективных коммуникационных сетей, по сопровождению деловых встреч, переговорных процессов, созданию бесконфликтной организационной среды

**трудовые функции:**

- выявление необходимых компонентов организационных сетей для коммуницирования;
- обучение сотрудников основам бесконфликтного общения, в том числе, в современной информационной среде;

**трудовые действия:**

- подготовка и проведение деловых встреч, переговоров;

- организация обучения сотрудников правилам ведения деловых бесед, телефонных переговоров с применением современных информационных технологий.

### **Универсальную компетенцию**

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

### **Профессиональную компетенцию**

**ПК-1:** способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

## **Б1.В.02. ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ**

### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Цель:** дать теоретическое и методологическое представление о коммуникации, междисциплинарности исследований коммуникативных систем различных уровней, выявить историко-философское основание различных теоретических подходов. Данный курс является вводным в цикле профилирующих курсов, посвященных проблемам социальной коммуникации, поэтому особое внимание уделяется не только историческому, теоретическому и методологическому аспектам, но также и прагматическому. Рассматриваются некоторые задачи прикладного характера.

#### **Задачи:**

- Раскрыть содержание основных теоретических концепций и терминов, используемых в современной коммуникативистике.
- Сформировать у обучающихся представление об основных исследовательских подходах в изучении данного проблемного поля, применяемых в мировой и отечественной науке.
- Помочь обучающимся овладеть необходимыми знаниями практического применения и использования методики и основных методов изучения процессов коммуникации

#### **Место дисциплины в структуре программы**

Дисциплина Б1.В.02 «Основы теории коммуникации» входит в блок Б1 «Часть, формируемая участниками образовательных отношений» учебного плана.

Данная дисциплина практически первый предмет, влияющий на формирование профессионального сознания обучающихся по данному направлению. В ходе освоения предмета обучающиеся получают представления по важнейшим теоретическим и практическим проблемам коммуникативных систем и их развитию в прошлом и настоящем.

Перед дисциплиной Основы теории коммуникации изучаются следующие дисциплины: культурология, математика, информатика.

После прохождения дисциплины Основы теории коммуникации изучаются следующие дисциплины: Организационное поведение, Правовые основы PR, Основы менеджмента

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен

#### **Знать:**

- исторические вехи возникновения коммуникации в социуме;
- особенности межличностной, специализированной и массовой коммуникации;
- основные подходы и концепции современной коммуникативистики;
- новейшие социо-культурные подходы к анализу массовых процессов;
- содержание коммуникации: понятие языка коммуникации;
- базовые установки и основные понятия теории массовой коммуникации;

#### **Уметь:**

- применять полученные знания в научно-исследовательской и других видах деятельности.
- анализировать различные коммуникационные системы;

- использовать на практике наиболее эффективные коммуникативные стратегии и тактики в соответствии с конкретной речевой ситуацией;

**Владеть:**

- основными методами и приемами исследовательской и практической работы в области устной и письменной коммуникации;
- навыками общения в профессиональной деятельности;
- методами исследований в области коммуникативистики.

**В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить:**

**Обобщенную трудовую функцию** – реализация коммуникационной стратегии

**Трудовые функции:**

Согласование организационных и методических вопросов сбора информации с руководителем проекта; детализация технологии сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии

**Трудовые действия:**

Использовать знания и навыки по новейшим тенденциям и направлениям социальных наук применительно к задачам исследования социальных общностей, институтов и процессов, общественного мнения

**Компетенции:**

**ПК – 4.** Способен участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий

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

## **Б1.В.03. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Цель дисциплины** - дать представление о фундаментальных положениях и законах массовой информационной деятельности, особенностях системы современных отечественных средств массовой информации, экономических, организационных и правовых основах функционирования печатных, аудиовизуальных и сетевых СМИ, специфических характеристиках журналистского текста применительно к деятельности в сфере связей с общественностью.

**Задачами учебной дисциплины** «Теория и практика массовой информации (ТПМИ)» являются:

- Знакомство студентов с основными категориями теории массовой коммуникации, с методами и способами предъявления материала аудитории СМИ.
- Усвоение творческих способов, приемов, методов и принципов создания текстов для различных каналов массовой коммуникации.
- Изучение основных понятий медиаэкономики, медиаменеджмента и российского законодательства, регулирующего массовую информационную деятельность.
- Выработка навыков анализа медийных продуктов различной природы и предназначения.

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

Дисциплина Б1.В.03«ТПМИ» относится к вариативной части блока Б.1 и изучается на 3 курсе в 5 семестре обучающимися очной формы обучения.

Дисциплина базируется на знаниях, полученных при изучении дисциплин "Введение в профессию", "Правовые основы PR".

Изучение дисциплины «ТПМИ» является предшествующей для изучения дисциплин «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Управление проектами» и для прохождения производственной и преддипломной практик.

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:**

- современные представления о месте и роли отечественных СМИ в системе социальных институтов, особенностей взаимоотношений власти, бизнеса и прессы в современном обществе;
- структурные элементы российской системы средств массовой информации, экономических и правовых основ их деятельности;
- особенности конвергенции медиасистем под влиянием бурного развития информационно-коммуникационных технологий и способы их применения в работе по связям с общественностью.

#### **Уметь:**

- адаптировать контент к разным типам СМИ: телевидение, интернет, периодическая печать, радио, мобильная телефония.
- ориентироваться в структуре и функциях редакций средств массовой информации, особенностях работы в разных типах СМИ.
- использовать российское законодательство и деонтологические документы в целях правовых и этических ограничений на пути злоупотребления свободой массовой информации.

#### **Освоить:**

**обобщенную трудовую функцию:** разработка коммуникационной стратегии.

**трудовые функции:** тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии, определение, описание и анализ коммуникационной среды для реализации стратегии коммуникаций, планирование и организация системы коммуникации в организации.

**трудовые действия:** качественный и количественный анализ публичной информации (включая анализ информационного поля); анализ миссии объекта коммуникации, актуальных бизнес-целей.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить универсальную и профессиональную компетенции:

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

**ПК-4** - способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

### **Б1.В.04. СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ ЧЕРЕЗ СМИ**

#### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Цель дисциплины** - получение базовых знаний в области взаимодействия СМИ и структур по СО в коммерческом секторе.

**Задачами учебной дисциплины** «Связи с общественностью через СМИ (СО через СМИ)» являются:

- совершенствовать современные теоретико-методологические представления рекламных и PR-кампаний, их особенности, овладеть методами, современными технологиями их проведения.
- сформировать у студентов знания об управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирм и организаций;
- об оперативном планировании и оперативном контроле за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью;
- об организации и проведении мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок;
- оценивания эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью.

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

Дисциплина Б1.В.04 «СО через СМИ» относится к вариативной части блока Б.1 и изучается на 3 курсе в 5 семестре обучающимися очной формы обучения.

Дисциплина базируется на знаниях, полученных при изучении дисциплин "Введение в профессию", "Правовые основы PR".

Изучение дисциплины «СО через СМИ» является предшествующей для изучения дисциплин «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Управление проектами» и для прохождения практик.

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

#### **Знать:**

- законы и нормативно-правовые акты, относящиеся к вопросам регулирования сферы рекламы;
- внутренние и внешние факторы, неблагоприятно влияющие на деятельность компании и её репутацию;
- мировой и отечественный опыт ведения работы специалистов по связям с общественностью;
- проблемы развития отечественного и мирового рынка рекламы, перспективные направления рекламной деятельности.

#### **Уметь:**

- использовать приемы и средства создания рекламного продукта;
- организовать работу PR службы или отдела и составить план действий;
- уметь выполнять работу по изучению общественного мнения, отношений, ожиданий общественности.
- применять знания по дисциплине в практической деятельности специалиста по связям с общественностью.

#### **Освоить:**

**обобщенную трудовую функцию:** разработка коммуникационной стратегии.

**трудовые функции:** тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии, определение, описание и анализ коммуникационной среды для реализации стратегии коммуникаций, планирование и организация системы коммуникации в организации.

**трудовые действия:** качественный и количественный анализ публичной информации (включая анализ информационного поля); анализ миссии объекта коммуникации, актуальных бизнес-целей; анализ реализованных ранее и реализуемой в настоящее время корпоративной стратегии (либо подчиненных ей стратегии бизнес- направления, продаж, маркетинга, проч.); анализ целевых аудиторий (стейкхолдеров); анализ действий конкурентов (бенчмаркинг); подготовка аналитического отчета с выводами о коммуникационных угрозах, слабых сторонах, преимуществах и возможностях во взаимодействии с целевыми аудиториями объекта коммуникации.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить **общепрофессиональную и профессиональную компетенции:**

- **ОПК-5** - способность учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;
- **ПК-1**- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.

### **Б1.В.05. УПРАВЛЕНИЕ PR-ПРОЕКТАМИ**

### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Цели** освоения дисциплины «Управление PR-проектами»: изучение алгоритма проектирования в рекламе и связях с общественностью с последующим применением в рамках реализации рекламных и PR-проектов; постижение основ проектного менеджмента; обучение навыкам анализа проектов с технической, экологической, социальной, институциональной, финансовой, коммерческой и экономической сторон; формирование у студентов знаний и навыков по планированию и организации рекламных и PR-кампаний с максимальной эффективностью; обучение навыкам работы проектных команд

**Задачами** дисциплины «Управление PR-проектами» являются:

- освоение теории и практики проектного менеджмента;
- формирование умения планировать рекламные и PR-компании
- освоение методов и технологий планирования и организации PR-компаний.

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

Дисциплина «Управление PR-проектами» относится к обязательным дисциплинам вариативной части блока В1 и изучается на 3 курсе в 5 семестре обучающимися очной формы обучения.

Данная дисциплина опирается на знания, полученные при изучении следующих дисциплин: «Правовые основы PR», «Теория и практика связей с общественностью», «Теория и практика рекламы», «Основы менеджмента», «Основы маркетинга».

Дисциплина «Управление PR-проектами» изучается параллельно с дисциплинами: «Техника и технологии рекламных видео и фотографии», «Практикум по разработке Web-страниц», «Теория и практика массовой информации». Учебная дисциплина «Управление PR-проектами» является предшествующей для дисциплин: «Технологии разработки и производства рекламного и PR-продукта», «Управление персоналом организации».

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

В результате изучения учебной дисциплины «Управление PR-проектами» студент должен **знать:**

- теоретические основы управления проектами;
- этапы подготовки и реализации проектов;
- основы медиапланирования;
- типологии рекламных и PR-кампаний;
- как организовывать проектную деятельность в компании;
- как грамотно прорабатывать основную идею проекта и проводить ее презентацию;
- как выявлять ключевых участников проекта и влиять на них;
- как планировать свой проект по срокам и ресурсам;
- как создавать команду проекта и управлять ей;
- как контролировать проект и прогнозировать ход его реализации;
- как управлять рисками и изменениями;
- как проводить оценку эффективности управления проектами

**уметь:**

- участвовать в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации;
- обеспечивать средства и методы по реализации проектов;
- организовывать работу проектных команд;
- кооперироваться с коллегами, работе в коллективе;
- реализовать проекты; планировать и осуществлять коммуникационные, рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия;
- находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и нести за них ответственность;
- реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности;
- проводить исследования в конкретной предметной области;

- выбирать наиболее эффективные инструменты и каналы коммуникации;
- оценивать риски и эффективность управленческих решений при реализации проектов;
- составлять программы мероприятий, связанных с подготовкой управленческих решений на разных этапах подготовки и реализации проектов.

**владеть:**

- навыками организации проектной деятельности (планирование, координация, учет, контроль, принятие решение, лидерство, мотивация, адаптация) и методами реализации проектов;
- базовыми навыками медиапланирования; навыками расчета и оптимизации ресурсов, необходимых для эффективного управления проектами;
- навыками планирования мероприятий по управлению ожидаемой эффективностью;
- основными методами сбора и обработки информации;
- навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт и др.), владеть методами реализации проектов.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить:

**профессиональные компетенции:**

ПК-2 - Способен организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы

ПК-3 - Способен разрабатывать и реализовывать проекты в сфере рекламы и связей с общественностью

## **Б1.В.06 ЛОГИКА**

### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Цель:** формирование у бакалавров теоретических знаний о формах и основных законах правильного мышления, об условиях и методах продуктивного ведения дискуссии, о разнообразных и многочисленных логических ошибках, создающих значительные коммуникативные помехи в интеллектуально-речевой практике человека и общества, а также – формирование умений и навыков правильного практического применения логических форм и законов как в повседневном, так и в профессиональном общении.

**Задачи:**

- ознакомить студентов с предметом и значением формальной логики,
- уяснить сущность понятия как формы мышления, виды понятий и основные логические операции с понятиями;
- познакомить с сущностью и видами суждения как формы мышления, его структурой и правилами, логическими операциями с суждениями;
- ознакомиться с сущностью и видами умозаключения, его структурой и правилами;
- научиться применять методы установления причинных связей;
- пользоваться основными законами правильного мышления и распознавать различные ошибки, возникающие при их нарушении;
- овладеть навыками использования структуры доказательства и гипотезы, видов, методов и логических правил доказательства, условий и приемов дискуссии;
- сформировать умение построения своих мыслей в соответствии со структурой и правилами логических форм и законов;
- научиться способам правильного выражения мыслей в ясной и точной речи;
- распознавать и устранять логические ошибки в устном повседневном и профессиональном общении;
- вести грамотно и корректно дискуссии, отстаивать свою точку зрения, используя изученные способы убеждения собеседника;

- уметь применять механизмы разоблачения лжи, софизмов, интеллектуально-речевых мистификаций и иных преднамеренных нарушений логических правил.

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

Дисциплина Б1.В.06 «Логика» относится к дисциплинам вариативной части (по выбору) основной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Для успешного овладения знаниями, навыками и умениями при изучении «Логики» студенты должны иметь представления об основных операциях мышления, о структуре социального взаимодействия, обладать навыками абстрактного мышления, уметь анализировать причинно-следственные связи между явлениями и событиями. «Логика» взаимосвязана с другими учебными дисциплинами основной образовательной программы бакалавриата 42.03.01 Реклама и связи с общественностью такими, как: Организационное поведение, Основы менеджмента, изучению которых она предшествует в качестве теоретической основы для познания и понимания закономерностей поведения, особенностей общения индивидов, включенных в профессиональные группы.

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

### **Знать:**

- основные категории и понятия формальной логики;
- место логики в системе наук;
- значимые правила и основные законы логики,
- способы ведения конструктивного диалога.

### **Уметь:**

- формулировать основные законы формальной логики и применять их для решения ситуационных задач;
- аргументированно и веско отстаивать собственную позицию по различным вопросам в бытовой и профессиональной сфере;
- использовать представления о логических способностях человека как факторах успешности его деятельности.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить **универсальную компетенцию:**

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

## **Б1.В.07. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА РЕКЛАМЫ**

### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Цель дисциплины** - получение базовых знаний в области теоретических основ рекламного дела, его истории и перспектив, технологий, регулирования рекламной деятельности.

**Задачами учебной дисциплины** «Теория и практика рекламы (ТПР)» являются:

- изучение основных представлений о функционировании современного рынка рекламы;
- получение системного комплекса знаний о существовании комплекса маркетинговых коммуникаций и их роли в достижении бизнес-целей фирмы;
- рассмотрение отдельных элементов маркетинговых коммуникаций, специфики их функций и воздействия на целевые аудитории;
- изучение зависимостей между этапами жизненного цикла товара на рынке и характером рекламной деятельности;
- определение места и роли рекламы в системе продвижения, включая новейшие
- коммуникационные средства и методы;
- получение студентами навыков стратегического планирования рекламы и разработки тактических мероприятий.

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

Дисциплина Б1.В.07 «ТПР» относится к вариативной части блока Б.1 и изучается на 2 курсе в 4 семестре обучающимися очной формы обучения.

Дисциплина базируется на знаниях, полученных при изучении дисциплин "Введение в профессию", "Правовые основы PR".

Изучение дисциплины «ТПР» является предшествующей для изучения дисциплин «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Управление проектами» и для прохождения практик.

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

#### **Знать:**

- законы и нормативно-правовые акты, относящиеся к вопросам регулирования сферы рекламы;
- международные и российские кодексы профессиональных и этических принципов в области рекламы;
- термины, классификацию, схему и участников рекламного процесса;
- современные рекламные стратегии, особенности рекламных кампаний, основы медиапланирования;
- проблемы развития отечественного и мирового рынка рекламы, перспективные направления рекламной деятельности;
- требования к рекламному продукту, его ролевую функцию при воздействии на различные социальные слои, виды рекламы, понятия эффективности рекламы;
- значение социологических исследований и их роль в определении стратегии рекламной деятельности;
- технологию и средства разработки рекламного продукта.

#### **Уметь:**

- использовать приемы и средства создания рекламного продукта;
- использовать навыки для исследования психологического восприятия рекламы потребителем с целью оптимального воздействия конкретной рекламы на аудиторию;
- применять знания по дисциплине в практической деятельности специалиста по связям с общественностью.

#### **Освоить:**

**обобщенную трудовую функцию:** разработка рекламного и PR-продукта.

**трудовые функции:** тактическое планирование мероприятий в рамках разработки рекламного и PR-продукта, определение, описание и анализ коммуникационной среды для реализации рекламного и PR-продукта, планирование и организация продвижения рекламного и PR-продукта.

**трудовые действия:** разработку рекламного продукта для печатных и электронных СМИ; принципы и методы создания вербальных и невербальных составляющих рекламного сообщения; технологии разработки визуального ряда рекламного обращения для основных медианосителей.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить **общепрофессиональную и профессиональную компетенции:**

- ОПК-3 - способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;
- ПК-2- способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить **общепрофессиональную и профессиональную компетенции:**

- ОПК-3 - способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;

- ПК-2- способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.

## **Б1.В.08. РИСУНОК С ОСНОВАМИ ПЕРСПЕКТИВЫ**

### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Цель:** сформировать у студентов базовых знаний об уникальном виде графики - рисунке, как основе изобразительного искусства. Дать представление о правилах и законах построения перспективы для достижения требуемых результатов в профессиональной сфере.

#### **Задачи:**

- способствовать формированию целостного представления о рисунке, его сущности, функциях и месте в мировом искусстве;
- познакомить с различными видами графики, их спецификой и художественными материалами;
- рассмотреть историю развития рисунка и перспективы;
- сформировать реалистическое восприятие окружающей действительности;
- осуществить обогащение духовного мира и повышение интеллектуальных возможностей бакалавров, стимулировать развитие их пространственного мышления, творческого воображения, художественных способностей, пробуждение интереса к самостоятельному освоению основ графики, познанию ее изобразительного языка;
- воспитать эстетическое отношение к действительности, стремление беречь и сохранять культурное наследие человечества;

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

«Рисунок с основами перспективы» относится к дисциплинам вариативной части образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Профиль: Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности. Для успешного овладения знаниями, навыками и умениями при изучении рисунка и основ перспективы студенты должны иметь представления о мировом искусстве, обладать навыками абстрактно-образного мышления, уметь анализировать гуманитарные и социальные феномены.

Учебная дисциплина «Рисунок с основами перспективы» взаимосвязана с другими учебными дисциплинами образовательной программы бакалавриата, такими как: Философия, Культурология.

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

#### **Знать:**

- основы рисунка и законы перспективы;
- место графики в системе мирового искусства, ее специфический язык и основные виды;
- особенности взаимодействия формы и содержания в произведениях графики;
- основные виды перспективы и специфику их построения;
- закономерности развития перспективы в историческом и культурном аспекте;

#### **Уметь:**

- формулировать основные законы перспективы и применять их в проектной, и рекламно-информационной деятельности;
- формировать собственную позицию по различным вопросам профессиональной рекламы;
- аргументировано отстаивать свое мнение;
- применять соответствующую терминологию;
- использовать полученные знания в своей профессиональной деятельности, профессиональной рекламе и коммуникации, межличностном общении.

#### **Владеть:**

- способностью к деловой коммуникации в профессиональной сфере;

- необходимыми умениями и навыками рисунка для создания профессиональной рекламы.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить

**профессиональные компетенции:**

**ПК-2:** способен организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

**ПК-3:** способен реализовывать проекты и владением методами их реализации.

## **Б1.В.09. ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИИ РЕКЛАМНЫХ ВИДЕО И ФОТОГРАФИИ**

### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Цель дисциплины** - изучение и практическое освоение методов и алгоритмов создания плоских и трехмерных реалистичных изображений с целью дальнейшего использования их в профессиональной деятельности при проектировании сайтов и создании профессиональных фото и изображений.

**Задачами учебной дисциплины** являются:

- научить создавать и редактировать фотореалистичные изображения.
- познакомить с основными возможностями растрового редактора Gimp
- обрабатывать видео фрагменты, осуществлять видео монтаж.

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

Дисциплина Б1.В.09 «Техника и технологии рекламных видео и фотографии» входит в блок Б1 «Часть, формируемая участниками образовательных отношений» учебного плана.

Освоение дисциплины «Техника и технология рекламных видео и фотографий» опирается на знания и умения, приобретенные студентами при изучении дисциплин «Информатика», «Теория и практика рекламы», «Компьютерная графика».

Знания, умения и навыки, получаемые в данном курсе, необходимы для дальнейшего успешного изучения базовых дисциплин, таких как «Web-дизайн», «Выполнение рекламных проектов в материале», «Практикум по разработке Web-страниц», «Технологии разработки и производства рекламного и PR-продукта»

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

#### **Знать:**

- виды компьютерной графики;
- методы обработки графических изображений;
- основные приемы редактирования и создания растровых графических изображений
- основные приемы создания и редактирования видео.

#### **Уметь:**

- обрабатывать фотореалистичные изображения, создавать коллажи, применять различные эффекты с помощью растрового редактора Gimp;
- создавать и редактировать видеофрагменты в Shotcut.

#### **Освоить:**

- работу в растровом редакторе Gimp при обработке графических изображений;
- методы редактирования видеофрагментов в Shotcut.

**обобщенную трудовую функцию:** разработка рекламного и PR-продукта.

**трудовые функции:** тактическое планирование мероприятий в рамках разработки рекламного и PR-продукта, определение, описание и анализ коммуникационной среды для реализации рекламного и PR-продукта, планирование и организация продвижения рекламного и PR-продукта.

**трудовые действия:** разработку рекламного продукта для печатных и электронных СМИ; технологии разработки визуального ряда рекламного обращения для основных медианосителей.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить **профессиональные компетенции:**

- Способен разрабатывать и реализовывать проекты в сфере рекламы и связей с общественностью (ПК-3);
- Способен организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-2).

## **Б1.В.10 ТЕХНОЛОГИИ РАЗРАБОТКИ И ПРОИЗВОДСТВА РЕКЛАМНОГО И PR-ПРОДУКТА**

### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Цель дисциплины** - приобретение обучающимися знаний, умений и навыков, необходимых специалистам для разработки творческой концепции рекламного продукта, содержания рекламных сообщений, включая их текстовую и иллюстративную составляющие, а так же его художественного воплощения (дизайн, режиссура производства и т.д.). Кроме того, ставится целью научить студентов оценивать художественную ценность и социально-психологическое воздействие рекламы, ее коммуникативную эффективность.

**Задачами учебной дисциплины** являются:

- Ознакомить студентов с ролью и функциями дизайнеров, копирайтеров в рекламных агентствах и рекламных службах предприятий и организаций.
- Сформировать представления об этапах, принципах и методах создания рекламного продукта в целом и его наиболее важных составных частях и видах.
- Дать студентам знания и сформировать базовые навыки разработки концепций рекламного обращения для создания рекламных сообщений.
- Познакомить с инвентарем средств коммуникативного воздействия, используемых в рекламе, и привить базовые навыки использования этих средств при создании рекламного продукта.
- Ознакомить студентов с принципами и методами художественного оформления рекламного продукта, приемами художественного дизайна и редактирования.
- Научить основным подходам к творческому производству и технологии разработки рекламного продукта, в том числе в печатных и электронных средствах массовой информации.
- Выработать комплекс навыков для разработки творческой концепции рекламного продукта, содержания рекламных обращений с их вербальными и визуальными составляющими и их художественного воплощения.
- Вооружить студентов методиками тестирования и экспертной оценки рекламного продукта для определения его эффективности и соответствия правовым и этическим нормам.
- Обучающиеся должны овладеть навыками экспертной оценки своего и чужого рекламного продукта, оценивания эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью.

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

Дисциплина относится к вариативным дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Изучается в 7 семестре после освоения таких дисциплин как Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью, Язык современной рекламы, Рисунок с основами перспективы.

Учебная дисциплина Б1.В.10 «Технологии разработки и производства рекламного и PR-продукта» взаимосвязана с другими дисциплинами образовательной программы бакалавриата 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, такими как: Техника и технологии рекламных видео и фотографии, Управление PR-проектами, Корпоративный PR, Web-дизайн, Правовые основы PR, изучение которых предшествует в качестве основы для понимания основных принципов в разработке рекламного и PR-продукта.

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:**

- Базовые модели организации творческого процесса и методики поиска идей для креативной концепции рекламы.
- Технологии разработки текста и визуального ряда «продающей» рекламы и особенности создания креатива для основных медианосителей
- Основные полиграфические материалы, способы печати и отделки различных видов рекламной полиграфической продукции
- Основные этапы процесса разработки и производства рекламного продукта.

**Уметь:**

- использовать методики поиска идей для креативной концепции рекламы;
- составлять креативный бриф и техническое задание на производство рекламного продукта методами полиграфического воспроизведения;
- оценивать качество креативных разработок рекламного агентства и выбирать оптимальный вариант для решения конкретной задачи;
- оценивать качество рекламной продукции.

**Освоить:**

- разработку рекламного продукта для печатных и электронных СМИ;
- принципы и методы создания вербальных и невербальных составляющих рекламного сообщения;
- технологии разработки визуального ряда рекламного обращения для основных медианосителей.

**обобщенную трудовую функцию:** разработка рекламного и PR-продукта.

**трудовые функции:** тактическое планирование мероприятий в рамках разработки рекламного и PR-продукта, определение, описание и анализ коммуникационной среды для реализации рекламного и PR-продукта, планирование и организация продвижения рекламного и PR-продукта.

**трудовые действия:** разработку рекламного продукта для печатных и электронных СМИ; принципы и методы создания вербальных и невербальных составляющих рекламного сообщения; технологии разработки визуального ряда рекламного обращения для основных медианосителей.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить **профессиональные компетенции:**

- Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- Способен организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-2).

## **Б1.В.11 ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Курс «Психология массовых коммуникаций»** направлен на формирование у бакалавров теоретических знаний, умений и навыков в коммуникационной сфере; на понимание психологических механизмов, лежащих в основе восприятия и создания массовой коммуникации, а также на выработку практических навыков эффективной работы со средствами массовой информации. Применительно к подготовке профессионалов по рекламе и связям с общественностью курс «Психология массовых коммуникаций» сосредотачивается на проблемах, которые чаще встречаются в практике работы специалистов данной области.

**Объектом психологии массовой коммуникации** является психика человека (совпадает с объектом общей психологии), а **предметом** выступают психологические явления, возникающие в процессах массовой коммуникации.

**По сути, цель дисциплины** «Психология массовых коммуникаций» – раскрыть законы поведения человека, включенного в процесс массовой коммуникации.

#### **Задачи:**

- Сформировать у студентов научные представления о психологии массовых коммуникаций, ее предметной области, принципах и направлениях исследования.
- Создать у студентов целостное представление о системах массовой коммуникации, их роли, видах и функциях в современном мире.
- Рассмотреть роль культуры в функционировании СМК; проанализировать функции массмедиа в современной культуре.
- Обобщить достижения современных исследований в области психологии массовых коммуникаций.
- Ознакомить студентов с основными методами и методиками исследования эффектов СМК; выработать навыки эмпирического исследования.

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

Дисциплина Б1.В.11 «Психология массовых коммуникаций» является обязательной для изучения частью ОП, формируемой участниками образовательных отношений. Для успешного прохождения данной дисциплины, обучающиеся должны освоить курсы дисциплин «Психология», «Основы теории коммуникации» и «Социология». Параллельно может изучаться курс «Теория и практика массовой информации». Изучение дисциплины необходимо для дальнейшего освоения дисциплин ОП, таких как «Массовые коммуникации и медиапланирование» и «Связи с общественностью через СИМ» «Управление PR-проектами», а также для прохождения обучающимися практик и для подготовки ВКР.

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

Обучающийся должен

##### **Знать:**

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

##### **Уметь:**

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

##### **Владеть:**

- научными представлениями о психологических закономерностях взаимодействия личности со средствами массовой коммуникации;
- навыками работы с литературой и электронными информационными ресурсами;
- навыками проектирования и организации медиаисследования.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить:

**универсальную компетенцию УК-3:** способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни; и **профессиональную компетенцию ПК-4:** способен участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

## **Б1.В.12 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА**

### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Цель** дисциплины «Основы менеджмента» - совершенствование знаний в области системы менеджмента, а также приобретение навыков эффективного применения их на практике.

#### **Задачи:**

- организационно-управленческая деятельность:
- участие в разработке и реализации комплекса мероприятий операционного характера в соответствии со стратегией организации;
- формирование организационной и управленческой структуры организаций;
- информационно-аналитическая деятельность:
- сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений.

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

Дисциплина Б1.В.12 «Основы менеджмента» относится к базовой части блока Б.1 и изучается на 2 курсе в 1 семестре студентами ОФО.

Дисциплина базируется на знаниях, полученных при изучении дисциплин «Введение в профессию», «Логика», «Психология».

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

#### **Знать:**

- основные бизнес-процессы организации;
- основные теории и подходы к осуществлению организационных изменений;
- основные этапы развития менеджмента как науки и профессии;
- принципы развития и закономерности функционирования организации;
- роль и место управления и его связь со стратегическими задачами организации;
- содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического управления;
- теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации;
- типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования.

#### **Уметь:**

- 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;
- оценивать положение организации на рынке труда разрабатывать систему мероприятий по улучшению имиджа организации как работодателя.
- разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации.
- разрабатывать программы осуществления организационных изменений и оценивать их эффективность;
- ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить **универсальные компетенции:**

**УК-1:** способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;

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

## **Б1.В.13 МАТЕМАТИКА**

### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Цель:** Цель изучения дисциплины – формирование у студентов системы теоретических знаний в области математики, формирование практических навыков использования математических методов; формирование общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом.

**Задачи:**

- обучение основным математическим методам, необходимым для анализа и моделирования процессов и явлений и выбора оптимальных решений в профессиональной деятельности;
- развитие способностей к логическому и алгоритмическому мышлению;
- получение фундаментального образования, способствующего развитию личности.

**2. Место дисциплины в структуре программы**

Дисциплина «Математика» является дисциплиной Б1.В.13 вариативной части ОП, формируемой участниками образовательных отношений, изучается на 1 курсе, 1 семестр. Для успешного освоения дисциплины студент должен иметь базовую подготовку по элементарной математике в объёме, предусмотренном учебным планом среднего учебного заведения. Дисциплина «Математика» формирует у студентов математический аппарат знаний, умений и навыков, необходимый и достаточный для последующего освоения дисциплин ОП.

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

**В результате освоения дисциплины в целом, обучающийся должен знать:**

- основные понятия и инструменты линейной алгебры и аналитической геометрии, математического анализа и теории рядов;
- основные математические модели, используемые в профессиональной деятельности;

**уметь:**

- решать типовые математические задачи, используемые в профессиональной деятельности;
- использовать математический язык и математическую символику при построении экономических и организационно-управленческих моделей профессиональной деятельности;
- использовать математические методы при обработке эмпирических данных;

**владеть:**

- навыками решения задач линейной алгебры и аналитической геометрии, математического анализа и теории рядов, необходимыми и достаточными для постановки, исследования и нахождения решения задач профессиональной деятельности.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить:

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

**Б1.В.ДВ ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВЫБОРУ**

**Б1.В.ДВ.01 ЭЛЕКТИВНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ ПО ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ И СПОРТУ**

**Б1.В.ДВ.01.01 ОБЩАЯ ФИЗИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА**

**1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

Целью дисциплины является создание условий для оказания благоприятного воздействия на укрепление здоровья и дальнейшего вовлечения в активные занятия физической культурой и спортом.

Достижение этой цели обеспечивается решением следующих задач:

**1. Образовательных:**

- обучение технических и тактических приёмов спортивных игр, легкой атлетики, гимнастики;
- обучение простейшим организационным навыкам, необходимым понятиям и теоретическим сведениям по физической культуре и спорту.

**2. Воспитательных:**

- воспитание привычки к занятиям физической культурой и спортом как коллективно, так и самостоятельно.
3. Оздоровительные:
- расширение двигательного опыта за счет овладения двигательными действиями;
  - укрепление здоровья, физическое развитие и повышение работоспособности учащихся;
  - воспитание индивидуальных психических черт и особенностей в общении и коллективном взаимодействии средствами и методами командно – игровой деятельности;
  - создание представлений об индивидуальных физических возможностях, адаптивных свойствах организма и способах их совершенствования в целях укрепления здоровья.

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

Дисциплина Б1.В.ДВ.01.01 «Общая физическая подготовка» относится к дисциплинам по выбору образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Данный курс требует от студентов знаний в области общей физической подготовки, понимания роли физического развития человека, осознание основы физической культуры и здорового образа жизни, опыта владения системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, развитие и совершенствование психофизических способностей и качеств (с выполнением установленных нормативов по общефизической подготовке).

В итоге студент должен приобрести личный опыт использования общей физической подготовки для повышения своих функциональных и двигательных возможностей, для достижения личных и профессиональных целей.

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

**Знать:** роль и значение занятий общими физическими упражнениями на формирование здорового образа жизни, формы организации занятий, способы контроля и оценки их эффективности, основные правила выполнения двигательных действий и развития физических качеств.

**Уметь:** составлять и выполнять упражнения утренней гигиенической гимнастики, выполнять общеразвивающие упражнения, соблюдать безопасность при выполнении физических упражнений; использовать полученный опыт для повышения своих функциональных и двигательных возможностей, для достижения личных и профессиональных целей.

В результате освоения дисциплины «Общая физическая подготовка» обучающийся должен освоить общекультурную компетенцию:

**УК-7:** способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

## **Б1.В.ДВ.01.02 АДАПТИВНАЯ ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА**

### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Цель** дисциплины: формирование жизненно необходимых знаний, умений и навыков по сохранению и поддержанию организма в активном функциональном состоянии, обучение технике правильного выполнения физических упражнений, осознании занимающихся жизненно необходимой потребности в двигательной активности. К каждому студенту требуется индивидуальный подход, поэтому при выборе конкретных физических упражнений, рекомендованных студентам, внимание обращается на физические способности студента, специфику его заболевания и уровень его социальной адаптации.

#### **Задачи:**

- коррекция физического развития студентов с ограниченными возможностями здоровья, реабилитацию двигательных функций организма;
- развитие физических качеств и способностей, совершенствование функциональных

- возможностей организма, укрепление индивидуального здоровья;
- обеспечение развития и тренировки всех систем и функций организма студента через оптимальные физические нагрузки, формирование жизненно необходимых двигательных умений и навыков;
- воспитание бережного отношения к своему здоровью, формирование потребности в систематических занятиях физическими упражнениями, устойчивой мотивации к здоровому образу жизни;
- укрепление и сохранение здоровья, закаливание организма студентов;
- активизация защитных сил организма студентов;
- формирование у студентов осознанного отношения к своему здоровью и мотивации к здоровому образу жизни.

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

Дисциплина Б1.В.ДВ.01.02 «Адаптивная физическая культура» относится к дисциплинам по выбору образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Изучение дисциплины необходимо для формирования системы теоретических и практических знаний по сохранению здоровья и здорового образа жизни среди обучающихся - инвалидов и лиц с ОВЗ.

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

### **Знать:**

1. Основы здорового образа жизни;
2. Способы контроля и оценки физического развития и физической подготовленности;
3. Индивидуальные способы контроля за развитием адаптивных свойств организма, укрепления здоровья и повышения физической подготовленности;
4. Роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека.

### **Уметь:**

1. Использовать разнообразные формы и виды физкультурной деятельности для организации здорового образа жизни, активного отдыха и досуга;
2. Осуществлять наблюдение за своим физическим развитием и индивидуальной физической подготовленностью, контроль за техникой выполнения двигательных действий и режимов физической нагрузки;
3. Соблюдать безопасность при выполнении физических упражнений и проведении туристических походов; оказывать первую доврачебную помощь при травмах и несчастных случаях;
4. Владеть физическими упражнениями разной функциональной направленности, использовать их в режиме учебной и производственной деятельности с целью профилактики переутомления и сохранения высокой работоспособности.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить **общекультурную компетенцию:**

**УК-7:** способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

## **Б1.В.ДВ.01.03 ЛЕГКАЯ АТЛЕТИКА**

### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

Целью дисциплины «Легкая атлетика» является содействие формирования у студентов целостного представления о профессиональной деятельности в сфере физической культуры и спорта на предметной основе спортивных и подвижных игр. Овладение студентами методикой, принципами и средствами обучения базовым видам легкой атлетики, их структурой и спецификой в области физической культуры.

Достижение этой цели обеспечивается решением следующих задач:

- освоение теоретических знаний студентами факультета физической культуры;
- формирование двигательных умений и навыков в процессе изучения техники легкоатлетических видов;
- формирование способности к аналитической деятельности, коррекции ошибок и неточностей в процессе выполнения технических элементов;
- формирование способности правильно строить процесс обучения, исходя из конкретных условий;
- развитие необходимых физических качеств для эффективного изучения техники движений и достижения высоких спортивных результатов как в легкой атлетике, так и в других видах спорта.

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

Дисциплина Б1.В.ДВ.01.03 «Легкая атлетика» относится к дисциплинам по выбору образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Данный курс требует от студентов знаний в области легкоатлетической подготовки, понимания роли физического развития человека, осознание основы физической культуры и здорового образа жизни, опыта владения системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, развитие и совершенствование психофизических способностей и качеств (с выполнением установленных нормативов по легкой атлетике).

В итоге студент должен приобрести личный опыт использования легкоатлетических упражнений для повышения своих функциональных и двигательных возможностей, для достижения личных и профессиональных целей.

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

### **Знать:**

- теоретические основы базовых видов легкой атлетики;
- изучить педагогические характеристики данных легкоатлетических упражнений.

### **Уметь:**

- реализовывать методы и средства обучения конкретно в каждом виде легкой атлетики с учетом его специфики;
- освоить технику легкоатлетических упражнений;
- овладеть методикой занятия легкоатлетическими упражнениям;
- выполнить установленные требования по спортивной подготовке;
- выполнить требования по проведению самостоятельной внеаудиторной деятельности.

### **Владеть:**

- специальными знаниями о структуре соревновательной деятельности, технике и тактике базовых видов легкой атлетики в процессе обучения;
- владеть навыками организации и проведения тренировок по легкой атлетике.

В результате освоения дисциплины «Легкая атлетика» обучающийся должен освоить общекультурную компетенцию:

**ОК-8:** способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

## **Б1.В.ДВ.01.04 ПАУЭРЛИФТИНГ**

### **1.Цель и задачи освоения дисциплины:**

Целью дисциплины «Пауэрлифтинг» - освоение технологии профессиональной деятельности на основе специфики дисциплины, владение основами силовых видов спорта, владение широким спектром силовых упражнений с предметами и без предметов для укрепления здоровья занимающихся и выступления на соревнованиях.

### **Задачи:**

- формирование комплекса знаний, умений и навыков в области силовой подготовки;
- знакомство студентов с разнообразием тяжелоатлетических видов спорта;

- укрепление здоровья и содействие правильному разностороннему развитию организма;
- укрепление опорно-двигательного аппарата;
- увеличение массы мышц, развитие силы, общая и специальная выносливость;
- обучение технике упражнений в силовых видах спорта;
- привитие интереса к силовым видам спорта.

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

Дисциплина Б1.В.ДВ.01.04 «Пауэрлифтинг» относится к дисциплинам по выбору образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

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

Студент должен **знать**:

- влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек;
- способы контроля и оценки физического развития и физической подготовленности;
- правила и способы планирования индивидуальных занятий различной целевой направленности.

**Уметь:**

- выполнять индивидуально комплексы упражнения атлетической гимнастики;
- осуществлять творческое сотрудничество в коллективных формах занятий физической культурой.

Использовать приобретенные знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни для:

- повышения работоспособности, сохранения и укрепления здоровья;
- подготовки к деятельности и службе в Вооруженных Силах Российской Федерации;
- организации и проведения индивидуального, коллективного и семейного отдыха и при участии в массовых спортивных соревнованиях;
- в процессе активной творческой деятельности по формированию здорового образа жизни.

Дисциплина «Пауэрлифтинг» связана с дисциплиной учебного плана «Физическая культура и спорт».

В результате освоения дисциплины «Пауэрлифтинг» обучающийся должен освоить общекультурную компетенцию:

**УК-7:** способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

## **Б1.В.ДВ.01.05 НАСТОЛЬНЫЙ ТЕННИС**

### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

Целью дисциплины является создание условий для оказания благоприятного воздействия на укрепление здоровья и дальнейшего вовлечения в активные занятия физической культурой и спортом.

Достижение этой цели обеспечивается решением следующих задач:

1. Изучение студентами места и значения настольного тенниса в системе физического воспитания обучающихся.
2. Овладение основными техническими приемами и методикой настольного тенниса.
3. Формирование двигательных умений и навыков, основных и специально-подготовительных упражнений настольного тенниса.
4. Разностороннее воспитание физических качеств и способностей, обеспечивающих эффективное освоение настольного тенниса и выполнение требований технико-физической подготовленности.
5. Развитие умений и навыков организации и проведения различных мероприятий по настольному теннису.

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

Дисциплина Б1.В.ДВ.01.05 «Настольный теннис» относится к дисциплинам по выбору образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Данный курс требует от студентов знаний в области тенниса, понимания роли физического развития человека, осознание основы физической культуры и здорового образа жизни, опыта владения системой практических умений и навыков игры, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, развитие и совершенствование психофизических способностей и качеств (с выполнением установленных нормативов по общефизической подготовке).

В итоге студент должен приобрести личный опыт игры в настольный теннис для повышения своих функциональных и двигательных возможностей, для достижения личных и профессиональных целей.

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

студент должен **знать:**

- технику двигательных действий в настольном теннисе;
- методику обучения технике настольного тенниса;
- особенности организации и проведения соревнований по настольному теннису;
- правила соревнований по настольному теннису;
- меры обеспечения безопасности жизни и здоровья людей при проведении занятий и соревнований по настольному теннису;
- причины травматизма во время проведения учебных, учебно-тренировочных, рекреационных и реабилитационных занятий по настольному теннису и пути его предупреждения;
- методику развития физических качеств средствами настольного тенниса;
- требования к инвентарю, используемому в настольном теннисе.

**Уметь:**

- определять цели и задачи учебного и тренировочного процессов; подбирать адекватные поставленным задачам средства и методы обучения и тренировки;
- демонстрировать технику упражнений в настольном теннисе;
- организовать проведение соревнований по настольному теннису;
- анализировать и обобщать результаты тестирования;
- организовывать и проводить в доступных формах научные исследования в сфере профессиональной деятельности.

На практических занятиях обеспечивается формирование необходимых знаний, двигательных умений и навыков, освоение техники настольного тенниса, воспитание физических качеств и способностей, профессиональных умений в проведении тренерской и судейской практики.

В результате освоения дисциплины «Настольный теннис» обучающийся должен освоить общекультурную компетенцию:

**УК-7:** способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

## **Б1.В.ДВ.2 ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВЫБОРУ Б1.В.ДВ.2**

### **Б1.В.ДВ.02.01 ВЫПОЛНЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ ПРОЕКТОВ В МАТЕРИАЛЕ**

#### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Цель дисциплины** - дать обучающимся основные сведения об объектах проектирования в рекламе; знания методов, технологий и приемов создания рекламного проекта в материале.

**Задачами учебной дисциплины** являются:

- Выбор и использование инструментов, оборудования, основных изобразительных средств, материалов при создании модели (макетов, сценариев) рекламного объекта с учётом выбранной технологии,
- Формирование базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки и выполнение в материале рекламного проекта,

- Овладение принципами разработки, построения и продвижения рекламного проекта в сфере профессиональной деятельности;
- Развитие навыков выполнения авторских проектов в материале.
- Овладение навыками экспертной оценки своего и чужого рекламного продукта.

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

Дисциплина относится к вариативным дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Изучается в 6 семестре после освоения таких дисциплин как Компьютерная графика, Теория и практика массовой информации, Управление PR-проектами, Техника и технологии рекламных видео и фотографии.

Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.02.01 «Выполнение рекламных проектов в материале» взаимосвязана с другими дисциплинами образовательной программы бакалавриата 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, такими как: Техника и технологии рекламных видео и фотографии, Управление PR-проектами, Правовые основы PR, изучение которых предшествует в качестве основы для понимания основных принципов в разработке рекламного и PR-продукта.

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

### **Знать:**

- Технологии выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
- Технологии построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;
- Технологии подготовки к производству рекламного продукта.
- Методы проектирования рекламного продукта,
- Технологические процессы создания рекламного проекта.
- Основные этапы процесса разработки и производства рекламного продукта.

### **Уметь:**

- разрабатывать рекламный проект в материале,
- правильно использовать технологические инструменты.
- оценивать качество рекламной продукции.

### **Освоить:**

- технологии разработки визуального ряда рекламного обращения для основных медианосителей.

**обобщенную трудовую функцию:** разработка рекламного проекта.

**трудовые функции:** тактическое планирование мероприятий в рамках разработки рекламного проекта, определение, описание и анализ коммуникационной среды для реализации рекламного проекта, планирование и организация продвижения рекламного продукта.

**трудовые действия:** разработку рекламного продукта для печатных и электронных СМИ; технологии разработки визуального ряда рекламного обращения для основных медианосителей.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить **профессиональные компетенции:**

- Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- Способен организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-2).
- Способен реализовывать проекты и владеть методами их реализации (ПК-3).

## **Б1.В.ДВ.02.02 КОРПОРАТИВНЫЙ PR**

### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Цель дисциплины** - дать обучающимся основные сведения об объектах корпоративного PR.

**Задачами учебной дисциплины** являются:

- создание единого коммуникативного и информационного пространства
- достижение взаимопонимания внутри коллектива;
- получение обратной связи от кадрового состава организации;
- коммуникации по линии сотрудник-руководитель;
- обучение и развитие сотрудников;
- разработка и донесение до персонала единых стандартов поведения, этики и корпоративного кодекса и др.

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

Дисциплина относится к вариативным дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Изучается в 6 семестре после освоения таких дисциплин как Компьютерная графика, Теория и практика массовой информации, Управление PR-проектами, Техника и технологии рекламных видео и фотографии.

Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.02.02 «**Корпоративный PR**» взаимосвязана с другими дисциплинами образовательной программы бакалавриата 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, такими как: Конфликтология, Правовые основы PR, изучение которых предшествует в качестве основы для понимания основных принципов в разработке корпоративной стратегии.

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

#### **Знать:**

- внутрифирменные коммуникации
- ритуалы, церемонии и верования
- миссия, цели и ценности
- стратегии и философия компании
- мифы, легенды, герои компании
- фирменный стиль и др.

#### **Уметь:**

- анализировать построение коммуникаций внутри организации;
- оценивать формирование и развитие корпоративной культуры;
- определять мотивацию и формирование лояльности кадрового состава.

#### **Освоить:**

**обобщенную трудовую функцию:** разработка коммуникационной стратегии.

**трудовые функции:** тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии, определение, описание и анализ коммуникационной среды для реализации стратегии коммуникаций, планирование и организация системы коммуникации в организации.

**трудовые действия:** качественный и количественный анализ публичной информации (включая анализ информационного поля); анализ миссии объекта коммуникации, актуальных бизнес-целей; анализ реализованных ранее и реализуемой в настоящее время корпоративной стратегии (либо подчиненных ей стратегии бизнес- направления, продаж, маркетинга, проч.); анализ целевых аудиторий (стейкхолдеров); анализ действий конкурентов (бенчмаркинг); подготовка аналитического отчета с выводами о коммуникационных угрозах, слабых сторонах, преимуществах и возможностях во взаимодействии с целевыми аудиториями объекта коммуникации.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить **профессиональные компетенции:**

- Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3);
- Способен участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-4).

## **ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВЫБОРУ Б1.В.ДВ.3**

### **Б1.В.ДВ.03.01 ОСНОВЫ ДОКУМЕНТАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ УПРАВЛЕНИЯ**

#### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Цель изучения дисциплины** «Основы документационного обеспечения управления» – раскрыть теоретические аспекты и практическую сторону правил составления и оформления документов, создаваемых в процессе принятия и реализации управленческих решений, а также организации работы с документами на предприятиях, учреждениях, организациях с целью подготовки бакалавра в области экономики.

#### **Задачи изучения дисциплины:**

- ~ обучить будущих специалистов основам нормативно-правового и методического обеспечения работы с документами и документооборота;
- ~ ознакомить студентов с современными способами и правилами создания документов
- ~ обучить студентов правилам управления комплексными процедурами документооборота в организации;
- ~ изучить основания, порядок и правила документирования рабочих процессов и обеспечения защиты конфиденциальной информации, содержащихся в документах.

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

Дисциплина относится к базовой части Б1.В.ДВ.03.01 образовательной программы подготовки бакалавров направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Освоение дисциплины «Основы документационного обеспечения управления» опирается на знания и умения, приобретенные студентами при изучении таких дисциплин, как «Культура речи и деловое общение» и «Правовые основы PR».

Знания и компетенции, сформированные по дисциплине «Основы документационного обеспечения управления» необходимы для изучения дисциплин «Управление персоналом организации», «Этика делового общения», а также прохождения преддипломной практики и подготовки выпускной квалификационной работы.

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

В результате изучения содержания учебной дисциплины «Основы документационного обеспечения управления» и реализации в процессе обучения требований по обеспечению профессионально-прикладной направленности, а также самостоятельной работы студенты должны:

##### **Знать:**

- ~ Национальный стандарт РФ ГОСТ Р 7. 0. 97 – 2016. Система организационно-распорядительной документации. Требования к оформлению документов;
- ~ нормативные документы по стандартизации в области документации, действующие на территории РФ;
- ~ системы документации, требования к составлению и оформлению документов;
- ~ типовые инструкции по делопроизводству, регламент работы, должностные инструкции;
- ~ правила и формы деловой и коммерческой переписки;
- ~ структуру и особенности международного делового письма.

##### **Уметь:**

- ~ грамотно разрабатывать основные виды управленческих документов;
- ~ составлять деловые и коммерческие письма для свободного и равноправного общения с партнёрами.

### **Владеть навыками:**

составления проектов основных управленческих документов и писем;  
работы с современными видами оргтехники и использования средств малой оргтехники (папок, скоросшивателей, степлеров, органайзеров и т.д.).

2. В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить:

**обобщенную трудовую функцию:** Организация распространения продукции СМИ  
**трудоу функции:** А/01.5Реализация продукции СМИ,А/03.5Организация и проведение подписной кампании

#### **трудоу действия:**

Составление и заключение договоров поставки продукции СМИ (иных договоров реализации продукции СМИ)

Составление и заключение договоров на доставку продукции СМИ, формирование необходимой документации для доставки продукции СМИ (в случае доставки корпоративным транспортом)

Подготовка необходимой сопроводительной документации для организации поставки продукции СМИ

#### **универсальные компетенции:**

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

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

## **Б1.В.ДВ.03.02 ДЕЛОВАЯ КОРРЕСПОНДЕНЦИЯ**

### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Цель изучения дисциплины** «Деловая корреспонденция» – раскрыть теоретические аспекты и практическую сторону правил составления и оформления документов, создаваемых в процессе принятия и реализации управленческих решений, а также организации работы с документами на предприятиях, учреждениях, организациях с целью подготовки бакалавра в области экономики.

#### **Задачи изучения дисциплины:**

обучить будущих специалистов основам нормативно-правового и методического обеспечения работы с документами и документооборота;

ознакомить студентов с современными способами и правилами создания документов

обучить студентов правилам управления комплексными процедурами документооборота в организации;

изучить основания, порядок и правила документирования рабочих процессов и обеспечения защиты конфиденциальной информации, содержащихся в документах.

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

Дисциплина относится к базовой части Б1.В.ДВ.03.02 образовательной программы подготовки бакалавров направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Освоение дисциплины «Основы документационного обеспечения управления» опирается на знания и умения, приобретенные студентами при изучении таких дисциплин, как «Культура речи и деловое общение» и «Правовые основы PR».

Знания и компетенции, сформированные по дисциплине «Деловая корреспонденция» необходимы для изучения дисциплин «Управление персоналом организации», «Этика делового общения», а также прохождения преддипломной практики и подготовки выпускной квалификационной работы.

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

В результате изучения содержания учебной дисциплины «Деловая корреспонденция» и реализации в процессе обучения требований по обеспечению профессионально-прикладной направленности, а также самостоятельной работы студенты должны:

### **Знать:**

Национальный стандарт РФ ГОСТ Р 7. 0. 97 – 2016. Система организационно-распорядительной документации. Требования к оформлению документов;  
нормативные документы по стандартизации в области документации, действующие на территории РФ;  
системы документации, требования к составлению и оформлению документов;  
 типовые инструкции по делопроизводству, регламент работы, должностные инструкции;  
 правила и формы деловой и коммерческой переписки;  
 структуру и особенности международного делового письма.

### **Уметь:**

грамотно разрабатывать основные виды управленческих документов;  
составлять деловые и коммерческие письма для свободного и равноправного общения с партнёрами.

### **Владеть навыками:**

составления проектов основных управленческих документов и писем;  
работы с современными видами оргтехники и использования средств малой оргтехники (папок, скоросшивателей, степлеров, органайзеров и т.д.).

3. В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить:

**обобщенную трудовую функцию:** Организация распространения продукции СМИ  
**трудоустройство:** А/01.5Реализация продукции СМИ,А/03.5Организация и проведение подписной кампании

### **трудоустройство:**

Составление и заключение договоров поставки продукции СМИ (иных договоров реализации продукции СМИ)

Составление и заключение договоров на доставку продукции СМИ, формирование необходимой документации для доставки продукции СМИ (в случае доставки корпоративным транспортом)

Подготовка необходимой сопроводительной документации для организации поставки продукции СМИ

### **универсальные компетенции:**

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

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

## **ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВЫБОРУ Б1.В.ДВ.4**

### **Б1.В.ДВ.4.01. ПРАВО**

#### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Цель** дисциплины «Право» - формирование у студентов знаний в правовой сфере, необходимых для успешной профессиональной деятельности на основе развитого правосознания, правового мышления и правовой культуры с целью подготовки специалиста в области в области рекламы и связи с общественностью.

«Право» – комплексная учебная дисциплина, синтезирующая в своем содержании такие юридические науки, как теория государства и права, конституционное право, административное право, гражданское право, трудовое право и формирует у студентов юридический аппарат знаний, умений и навыков, необходимый и достаточный для последующего освоения дисциплин ОП.

#### **Задачи:**

- усвоить теоретических положений науки права и сформировать целостное представление единой системы российского права;

- знать и уметь анализировать действующее законодательство в целом, а также положения его отдельных отраслей и институтов;
- выработать умение самостоятельно мыслить, излагать собственную позицию, аргументировать ее правовой терминологией и ссылками на нормативные акты;
- приобрести навыки практического применения полученных знаний в области правового регулирования финансовой деятельности.

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

**Дисциплина Б1.8.ДВ.04.01 «Право»** относится к дисциплинам профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью выступает теоретическим и методологическим основанием для всех юридических дисциплин, благодаря которому формируется научное мировоззрение и методология исследования экономических, управленческих и правовых процессов.

Дисциплина «Право» расширяет кругозор, вырабатывает аналитические навыки, необходимые при решении практических задач.

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

### **Знать:**

- правовые системы современности,
- национальную систему права России,
- источники права Российской Федерации,
- основные теоретические проблемы развития правосознания и правовой культуры,
- общие категории и понятия права, а также специальную терминологию, применяемую в юриспруденции;

### **Уметь:**

- использовать нормативные правовые документы в своей профессиональной деятельности;
- применять нормативные правовые акты к конкретным практическим ситуациям;
- выражать и обосновывать собственную правовую позицию.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить:

### **Универсальную компетенцию**

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

## **Б.1.В.ДВ.04.02 ЭТИКА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ**

### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Целью** освоения дисциплины «Этика делового общения» является приобретение обучающимися знаний, умений и навыков, необходимых специалистам по связям с общественностью организаций, предприятий и учреждений деловой сферы для формирования и поддержания социально-психологической трудовой среды, благоприятной для реализации основных функций, вытекающих из целей организации и производственных задач структурных подразделений.

### **Задачи:**

- способность ориентироваться в формальной и неформальной структуре организации, выстраивая коммуникативные связи
- профессионально участвовать в формировании гуманистически ориентированной организационной культуры
- владеть навыками выстраивания эффективных коммуникаций с учетом специфических особенностей компании
- осознавать особенности мотивов и причин поведения людей на рабочем месте
- понимать механизмы взаимосвязи между коммуникациями сотрудников и эффективностью организации.

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

Дисциплина Б.1.В.ДВ.04.02 Этика делового общения относится к дисциплинам по выбору вариативной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01

Связи с общественностью. Изучается в 7 семестре после освоения таких дисциплин как Философия, Психология, Организационное поведение.

Учебная дисциплина «Этика делового общения» взаимосвязана с другими образовательной программы бакалавриата 42.03.01 Связи с общественностью, такими как: Теория и практика массовых коммуникаций, Связи с общественностью, Управление персоналом, изучению которых она предшествует в качестве основы для понимания закономерностей поведения индивида и группы, общения и совместной деятельности членов профессиональной команды, включенных в организационное взаимодействие внутри корпорации.

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

#### **Знать:**

- четкие представления об объекте и предмете дисциплины «Этика делового общения», теоретических и практических проблемах, составляющих предмет исследования данной дисциплины.
- значение психологии и этики делового общения в профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью;
- основные психологические закономерности в области профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью;
- основные понятия общей психологии, этики и психологии общения;
- формы делового и управленческого общения в коллективе;
- методы управления конфликтами в организационной среде, источники, причины, виды и способы разрешения конфликтов;
- взаимосвязь общения и деятельности;
- цели, функции, виды и уровни общения;
- роли и ролевые ожидания в общении;
- виды социальных взаимодействий;
- механизмы взаимопонимания в общении;
- техники и приемы общения, правила слушания, ведения беседы, убеждения;
- этические принципы общения.

#### **Уметь:**

- применять техники и приемы эффективного общения в профессиональной деятельности;
- использовать приемы саморегуляции поведения в процессе межличностного общения;
- пользоваться специальной литературой с целью практического применения содержащихся в ней знаний для разрешения проблемных социально-психологических ситуаций, возникающих в процессе работы организаций и их структурных единиц;
- анализировать состояние коммуникаций в организации;
- диагностировать характер культуры конкретной организации;
- использовать знания в области психологии и этики делового общения для решения актуальных проблем управления связями с общественностью конкретной организации.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить универсальные компетенции

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

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

#### **ФТД. ФАКУЛЬТАТИВЫ**

#### **ФТД.В ЧАСТЬ, ФОРМИРУЕМАЯ УЧАСТНИКАМИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ**

#### **ФТД.В.01 ОСНОВЫ САМОМЕНЕДЖМЕНТА**

## 1. Цель и задачи освоения дисциплины:

**Цель** дисциплины "Основы самоменеджмента"- научить студентов теории и практике решения заданий самоменеджмента; заложить основы общей культуры (поведения, общения, речи) и характера; развить умственную и духовную зрелость, образованность, широту кругозора.

Самоменеджментом называют саморазвитие личностных и организационных качеств менеджера. Основой самоменеджмента является использование в повседневной работе испытанных на практике методов. Главными целями самоменеджмента можно назвать максимально полезное использование менеджером своих личностных качеств и времени, возможность управлять своей жизнью, способность преодолевать препятствия во всех сферах своей деятельности.

Предметом изучения дисциплины является процесс самоуправления жизнедеятельности человека как достаточно сложной биосоциальной информационно - энергетической системы; объектом - человек как биосоциальная система в процессе достижения поставленных целей.

### Задачи:

- развитие умения управлять своей личностью, оптимально реализовывать свои знания и навыки, время, амбиции;
- создание зрелой, стрессоустойчивой личности с четкой и адекватной системой жизненных ценностей;
- постановка ясных, достижимых целей в краткосрочном и долгосрочном периоде;
- закладка установки на самосовершенствование;
- прививание навыков к быстрой и адекватной оценке жизненных ситуаций, оперативному принятию решений;
- формирование нестандартного мышления и креативного подхода к видению реальности.

## 2. Место дисциплины в структуре программы

Дисциплина ФТД.В.01 «Основы самоменеджмента» является факультативной и изучается обучающимися в части ОП, формируемой участниками образовательных отношений. Для успешного прохождения основ самоменеджмента обучающиеся должны освоить курс дисциплин «Психология» и «Культура речи и деловое общение». Изучение дисциплины необходимо для дальнейшего освоения дисциплин ОП, таких как «Организационное поведение» и «Введение в профессию», а также для прохождения практик и подготовки ВКР. Обучающиеся самостоятельно принимают решение об изучении дисциплины.

## 3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Обучающийся должен быть ознакомлен:

- с концепциями самоменеджмента и самоуправления лучших школ Запада и Востока;
- с психотехнологиями в отрасли самоорганизации, саморегуляции и саморазвития;
- с результатами современных исследований в отрасли самоуправления.

Знать:

- биосоциальные основы самоуправления и резервы;
- психофизиологических возможностей человека;
- законы, которые руководят человеком, механизм их действия;
- технологию стратегического и повседневного самоменеджмента;
- средства реализации функций самоменеджмента (техники, технологии, методы, приемы);
- особенности самоменеджмента, где карьера является целью.

Уметь:

- осуществлять стратегическое и повседневное планирование жизни;
- применять средства самоменеджмента(техники, технологии, методы, приемы и т. д.) для решения функциональных заданий;
- применять знание и навыки самоменеджмента для достижения жизненных целей;
- рационально структурировать и организовывать рабочее и личное время на основе использования технологий и техник самоменеджмента;
- конструировать собственный имидж и выгодно представлять себя на рынке труда;

- формулировать четкие и краткие цели индивидуальной и групповой деятельности, обосновывать последовательность действий по их достижению;
- выявлять проблемы и предлагать собственное видение их решения;
- организовывать эффективную коммуникацию в команде, координировать взаимодействие на общий результат;
- применять методы самодиагностики, прогнозирования и планирования собственного карьерного роста и развития в профессиональной деятельности, использовать технологию разработки своей карьерограммы на ближайшее время.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить:

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

## **ФТД.В.02 УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ**

### **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

**Цели освоения дисциплины «Управление проектами»:** изучение алгоритма проектирования в рекламе и связях с общественностью с последующим применением в рамках реализации рекламных и PR-проектов; постижение основ проектного менеджмента; обучение навыкам анализа проектов с технической, экологической, социальной, институциональной, финансовой, коммерческой и экономической сторон; формирование у студентов знаний и навыков по планированию и организации рекламных и PR-кампаний с максимальной эффективностью; обучение навыкам работы проектных команд

**Задачами** дисциплины «Управление проектами» являются:

- освоение теории и практики проектного менеджмента;
- формирование умения планировать рекламные и PR-кампании
- освоение методов и технологий планирования и организации PR-компаний.

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

Дисциплина «Управление проектами» относится к обязательным дисциплинам вариативной части блока В1 и изучается на 3 курсе в 5 семестре обучающимися очной формы обучения.

Данная дисциплина опирается на знания, полученные при изучении следующих дисциплин: «Правовые основы PR», «Теория и практика связей с общественностью», «Теория и практика рекламы», «Основы менеджмента», «Основы маркетинга».

Дисциплина «Управление проектами» изучается параллельно с дисциплинами: «Техника и технологии рекламных видео и фотографии», «Практикум по разработке Web-страниц», «Теория и практика массовой информации». Учебная дисциплина «Управление PR-проектами» является предшествующей для дисциплин: «Технологии разработки и производства рекламного и PR-продукта», «Управление персоналом организации».

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

В результате изучения учебной дисциплины «Управление проектами» студент должен **знать:**

- теоретические основы управления проектами;
- этапы подготовки и реализации проектов;
- основы медиапланирования;
- типологии рекламных и PR-кампаний;
- как организовывать проектную деятельность в компании;
- как грамотно прорабатывать основную идею проекта и проводить ее презентацию;
- как выявлять ключевых участников проекта и влиять на них;
- как планировать свой проект по срокам и ресурсам;
- как создавать команду проекта и управлять ей;
- как контролировать проект и прогнозировать ход его реализации;
- как управлять рисками и изменениями;
- как проводить оценку эффективности управления проектами

**уметь:**

- участвовать в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации;
- обеспечивать средства и методы по реализации проектов;
- организовывать работу проектных команд;
- кооперироваться с коллегами, работе в коллективе;
- реализовать проекты; планировать и осуществлять коммуникационные, рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия;
- находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и нести за них ответственность;
- реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности;
- проводить исследования в конкретной предметной области;
- выбирать наиболее эффективные инструменты и каналы коммуникации;
- оценивать риски и эффективность управленческих решений при реализации проектов;
- составлять программы мероприятий, связанных с подготовкой управленческих решений на разных этапах подготовки и реализации проектов.

**владеть:**

- навыками организации проектной деятельности (планирование, координация, учет, контроль, принятие решение, лидерство, мотивация, адаптация) и методами реализации проектов;
- базовыми навыками медиапланирования; навыками расчета и оптимизации ресурсов, необходимых для эффективного управления проектами;
- навыками планирования мероприятий по управлению ожидаемой эффективностью;
- основными методами сбора и обработки информации;
- навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт и др.), владеть методами реализации проектов.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить:

**профессиональные компетенции:**

ПК-2 - Способен организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы

ПК-3 - Способен разрабатывать и реализовывать проекты в сфере рекламы и связей с общественностью